



Formando profissionais de verdade

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA
CURSO: PUBLICIDADE E PROPAGANDA
DISCIPLINA: MONOGRAFIA ACADÊMICA
PROFESSOR ORIENTADOR: ÉRICO DA SILVEIRA

A PRODUÇÃO DO PROGRAMA DE TELEVISÃO DIÁLOGO BRASIL

ROGÉRIO BRANDÃO DE CARVALHO
MATRÍCULA Nº 20172171

Brasília/DF, Junho de 2005

ROGÉRIO BRANDÃO DE CARVALHO

A PRODUÇÃO DO PROGRAMA DE TELEVISÃO DIÁLOGO BRASIL

Monografia apresentada como requisito
para a conclusão do curso de bacharelado
em Comunicação Social, Habilitação em
Publicidade e Propaganda do UniCEUB –
Centro Universitário de Brasília

Prof orientador: Érico da Silveira

Brasília/DF, Junho de 2005

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA
CURSO: PUBLICIDADE E PROPAGANDA
SUPERVISÃO DE MONOGRAFIA ACADÊMICA

MEMBROS DA BANCA EXAMINADORA

| MEMBROS DA BANCA | ASSINATURA |
|---|-------------------|
| 1. COORDENADOR (A) DO CURSO Prof.: Maria Gláucia Magalhães | |
| 2. SUPERVISOR (A) DE MONOGRAFIA ACADÊMICA Prof.: | |
| 3. PROFESSOR ORIENTADOR Prof.: Érico da Silveira | |
| 4. PROFESSOR (A) CONVIDADO (A) Prof.: | |
| 5. PROFESSOR (A) CONVIDADO (A) Prof.: | |
| MENÇÃO FINAL: | |

Brasília/DF, de..... de 2005

“A televisão é um invento que permite que
você seja entretido na sala por pessoas
que você não deixaria entrar em sua casa”.

Davis Frost

A Deus pela presença constante.
Aos meus pais, irmãos, familiares
e amigos por acreditarem em mim.

Agradecimentos,

A todas as pessoas que me ajudaram ao longo do curso, especialmente o Diógenes pela boa vontade de ensinar e a equipe do programa Diálogo Brasil.

Ao professor orientador Érico da Silveira por sua competência e a professora Elis Regina pelo apoio.

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| Resumo..... | V |
| Introdução..... | |
| Definição do objeto de estudo..... | 04 |
| Objetivos..... | 05 |
| Metodologia..... | 06 |
| 1. Telejornalismo..... | 08 |
| 2. A equipe do telejornal e o fluxo de sua produção..... | 12 |
| 3. A produção audiovisual..... | 25 |
| 3.1. Pré-produção e seus componentes..... | 25 |
| 3.2. Pós-produção e seus componentes | 26 |
| 4. Concepção do programa de televisão..... | 33 |
| 5. Diálogo Brasil..... | 43 |
| 5.1. Preparando o programa..... | 44 |
| 5.2. Produção de chamadas..... | 51 |
| 6. Entrevista na televisão..... | 53 |
| 6.1. Entrevista..... | 55 |
| Conclusão..... | 62 |
| Referências Bibliográficas..... | 66 |
| Anexos..... | 69 |

RESUMO

Analizando a produção do programa de televisão Diálogo Brasil, um programa da TV Nacional de Brasília, em parceria com a TV Cultura de São Paulo e a TVE Rede Brasil do Rio de Janeiro que discute os temas mais relevantes do cenário nacional, com a participação de especialistas e convidados em Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo. O estudo pretende mostrar a contextualização, suas inovações, a produção diária e o seu novo formato. Examina ainda a concepção de como produzir um programa de televisão, os estágios de produção, as subdivisões das equipes, os integrantes responsáveis, com respectivas funções. Além disso, tem o propósito de mostrar um breve histórico do telejornalismo, sua estrutura, e o dia-a-dia na redação. Autores como Guilherme Jorge Rezende, Harris Watts, Isabel Travancas, Olga Curado, Pedro Maciel, Valter Bonasio, entre outros, forneceram contribuições bibliográficas de grande importância a realização desta análise. E por fim, uma entrevista com o mediador Florestan Fernandes Júnior, a diretora Lize Bainy e o presidente da Radiobrás, Eugênio Bucci, que mostram as suas concepções sobre o programa Diálogo Brasil. Ao longo deste trabalho, pode-se concluir o seu modo de produção do referido programa de televisão.

INTRODUÇÃO

Este trabalho é uma análise do processo de produção do programa Diálogo Brasil, produzido pela TV Nacional de Brasília, em parceria com a TV Cultura de São Paulo e a TVE Rede Brasil do Rio de Janeiro e transmitem ao vivo em 20 canais que formam a Rede Pública de Televisão para 822 pontos em todo o país. O Diálogo Brasil é exibido ao vivo nas quartas-feiras, às 22h30 com duração de uma hora e reapresentado aos sábados às 22h, somente nas emissoras TV Nacional e TV Nacional Brasil - NBR.

O programa Diálogo Brasil se caracteriza pela diversidade de temas que funcionam como um intercâmbio de idéias, esclarecimentos e conhecimentos com o propósito de integrar seus convidados e os telespectadores. O objetivo principal é manter o público bem informado sobre os acontecimentos no cenário nacional, por meio do diálogo aberto. A importância de reservar um espaço para informações divulgadas e acompanhadas pelo Diálogo Brasil a cada semana, é uma forma de mostrar como está estruturado o programa. (anexo VII).

O assunto escolhido se deve ao grande interesse e curiosidade sobre determinados mecanismos de produção e pós-produção de um programa de televisão. Por isso, é importante estudar algumas técnicas utilizadas pelos produtores, diretores e jornalistas.

A pesquisa está dividida em quatro capítulos: O primeiro situa o leitor, com um breve histórico do telejornalismo, seus integrantes, com respectivas funções, e o dia-a-dia na redação de um telejornal. O segundo capítulo é dedicado à contextualização do Diálogo Brasil. Explica o surgimento, suas inovações, a produção diária, e o seu novo formato. Além de mostrar a importância das equipes de pré e pós-produção, no processo da construção de um programa de televisão.

No terceiro capítulo trata da concepção de como produzir um programa de televisão, os estágios da produção, as subdivisões das equipes, os integrantes responsáveis, com respectivas funções. E o quarto e último capítulo uma entrevista com o mediador Florestan Fernandes Júnior, a diretora Lize Bainy e o presidente da Radiobrás Eugênio Bucci, que mostram as suas concepções sobre o programa Diálogo Brasil.

Desta forma, o programa poderá ser compreendido tanto como um produto de telejornalismo, como um programa de televisão.

DEFINIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

Compõe o corpo deste trabalho compreender o processo de produção de um programa de televisão desde sua idéia inicial, ou seja, do processo de pré-produção até a finalização na pós-produção. E no campo da literatura especializada, estudar as técnicas de produção audiovisual e de telejornalismo.

Essa pesquisa, parte do estudo de caso da produção do programa semanal Diálogo Brasil que discute os temas mais relevantes do cenário nacional, com a participação de especialistas e convidados em Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo.

OBJETIVOS

O objetivo deste trabalho é observar o programa Diálogo Brasil, verificando sua produção diária, o processo de pré e pós-produção, a sua rotina de trabalho. Adquirir conhecimentos sobre a parte técnica, entender a estrutura de roteiro, a linguagem, a pauta e todos os aspectos que importam na realização de um programa de televisão.

Estudar as teorias e os conceitos de especialistas em telejornalismo, funciona como auxílio para o entendimento de termos técnicos provenientes da linguagem jornalística de televisão, além de entender como é o funcionamento da produção diária de um telejornal e sua estrutura formada por duas partes: produção e edição.

Observar em campo a produção diária do Diálogo Brasil; facilita a compreensão das etapas de como produzir um programa de debate e o papel dos integrantes envolvidos nas equipes de pré e pós-produção com suas respectivas funções. Esse convívio mais próximo com o objeto de estudo, funciona como análise entre o seu modo de produção e a teoria dos especialistas em produção audiovisual.

Para isso, interessa, ao seu final, compreender como se faz um programa de televisão, com enfoque jornalístico, que discute os temas mais relevantes do cenário nacional, com a participação de especialistas e convidados em Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo.

METODOLOGIA

Este trabalho consiste em uma pesquisa de abordagem explicativa, que busca esclarecer que fatores contribuem, de alguma forma, para o desenvolvimento do programa, realizada sob a forma de estudo de caso, referente ao Diálogo Brasil.

Segundo Antonio Gil: “o estudo de caso é uma modalidade de pesquisa que consiste no estudo profundo e exaustivo de poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento”.¹

A observação em campo é o estudo mais adequado para a investigação do processo de produção do programa semanal Diálogo Brasil. Esse método facilita a compreensão de técnicas utilizadas pelos produtores, diretores e jornalistas. Para isso, o convívio com esses profissionais de televisão são necessários para a eliminação das dúvidas e apreensão de novas técnicas.

A pesquisa bibliográfica, como qualquer outra modalidade de pesquisa, inicia-se com a escolha de um tema. Essa escolha constitui importante passo na elaboração de uma pesquisa bibliográfica, que finaliza com a formulação de um problema ou sugestão.²

Para realizar este estudo, foi necessária uma pesquisa bibliográfica referente aos assuntos como produção audiovisual e as técnicas utilizadas no telejornalismo. A importância das obras de especialistas como Harris Watts e Valter Bonasio complementam a forma de como produzir um programa de televisão. Além disso, a contribuição de jornalistas que atuam no telejornalismo, tais como Alfredo Júnior, Guilherme Jorge Rezende, Heródoto Barbeiro, Isabel Travancas, Nilson Lage, Olga Curado, Paulo Rodolfo de Lima, Pedro Maciel e Vera Íris Paternostro, contribuem para o exercício de análise do programa Diálogo Brasil.

¹ GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo. Atlas, 1996. p.57

² Idem p.60.

Após delimitar o objeto de estudo, aplicam-se as teorias de especialistas que trabalham com televisão para complementar a pesquisa. Com isso, será possível verificar que a equipe de produção do Diálogo Brasil adota algumas teorias baseadas nos conceitos de como fazer televisão.

Segundo Marco Antonio da Costa: “no estudo de campo, o pesquisador realiza a maior parte do trabalho pessoalmente, pois é enfatizada importância de o pesquisador ter tido ele mesmo uma experiência direta com a situação de estudo”.¹

O interesse em realizar um estudo de campo, provém da observação direta das etapas de produção e de focalizar o grupo de entrevistados - integrantes do Diálogo Brasil com o objetivo de captar explicações sobre métodos, técnicas, curiosidades, de como produzir um programa de debate.

A entrevista é um instrumento de coleta de dados, aplicado quando se quer atingir um número restrito de indivíduos. Sua grande vantagem é a interação entre o pesquisador e o entrevistado.²

Considerada uma boa prática de coleta de dados, a entrevista de forma aberta e não estruturada, na qual não há um formulário de entrevista; assim, as perguntas são feitas à medida que a conversa vai transcorrendo com os principais integrantes na formação do Diálogo Brasil, a diretora Lize Bainy, o mediador, Florestan Fernandes Júnior e o presidente da Radiobrás, Eugênio Bucci, que relatam as suas concepções sobre o programa, suas técnicas e a importância do programa para a sociedade e na programação da rede pública de televisão. Para isso, a finalidade da entrevista, neste trabalho, é compreender o processo de produção do programa.

¹ COSTA, Marco Antônio da. BARROZO, Maria de Fátima. *Metodologia da pesquisa: conceitos e técnicas*. Interciência. Rio de Janeiro, 2001. p.39.

² Idem.

1. TELEJORNALISMO

A televisão faz parte da vida de milhares de brasileiros, que buscam entretenimento, cultura e informação por meio de programas que fazem parte da programação de uma emissora.

A televisão brasileira foi inaugurada oficialmente no dia 18 de setembro de 1950, em estúdios precariamente instalados em São Paulo, com o pioneirismo do jornalista Assis Chateaubriand.

Segundo Sérgio Mattos: “ao contrário da televisão norte-americana, que se desenvolveu apoiando-se na forte indústria cinematográfica, a brasileira teve de se submeter à influência do rádio, utilizando sua estrutura e o mesmo formato de programação”.¹

Os veículos de comunicação de massa, principalmente o rádio e a televisão, foram utilizados pelos militares para promover a nova ordem social e desenvolvimento. O regime utilizou a mídia eletrônica a fim de construir o espírito nacional, baseado na preservação das crenças, culturas e valores. Foi também, por meio da mídia que as aspirações e conceitos de desenvolvimento, paz e integridade do regime de exceção foram impostos à população brasileira. A fim de que suas mensagens atingissem a população inteira e que esta prova de modernidade, a televisão, pudesse se expandir no território nacional, os governos militares investiram no melhoramento das condições técnicas e operacionais das telecomunicações. Além disso, a televisão se tornou o meio de maior penetração da sociedade e, conseqüentemente, recebe a maior parte dos investimentos publicitários.

Segundo Alfredo Eurico Júnior: “pode-se entender o telejornal como o meio mais simples, cômodo, econômico e acessível para conhecer e compreender tudo o que acontece na realidade e como se transforma a sociedade. A definição, aparentemente simples, esconde uma complexidade. O pressuposto é de que a informação televisiva seja um bem público”.¹

¹ MATTOS, Sérgio. *História da Televisão Brasileira*. 2ª edição. Editora Vozes. São Paulo, 2002. p.49.

² JÚNIOR, Alfredo. *Decidindo o que é notícia - Os bastidores do telejornalismo*. Porto Alegre: Coleção comunicação –2, 2000. p.88.

No cenário que envolve a produção jornalística no país, o telejornalismo cumpre uma função social e política tão relevante porque atinge uma grande parte do público iletrado, não habituado à leitura, desinteressado pela notícia, mas que tem de vê-la, enquanto espera a novela. Enquanto nos meios impressos acontece o contrário: o leitor só lê o que lhe interessa. É justamente por causa desse telespectador passivo que o telejornalismo torna-se mais importante do que se imagina, a ponto de representar a principal forma de democratizar a informação, apesar de serem produzidos precariamente e carecem de um nível mínimo de qualidade. As falhas se originavam tanto das grandes deficiências técnicas quanto da inexperiência dos primeiros profissionais, a maioria procedente das emissoras de rádio. Por causa dos obstáculos que impediam as coberturas externas, o jornalismo direto do estúdio, “ao vivo”, ocupava-se quase todo o tempo dos noticiários.

O uso da câmera de filmar de 16 milímetros, sem som direto, principal inovação técnica à disposição do telejornalismo brasileiro na década de 1950, não bastou para atenuar a influência da linguagem radiofônica sobre os telejornais e caracterizava-se pelo aproveitamento insatisfatório de seu potencial informativo mais expressivo: a imagem.

Segundo Walter Sampaio, 1971: “a televisão opera, com uma intensidade maior do que qualquer outro veículo, uma “relação direta e imediata” com o vivenciado. Dessa maneira, cumpre ao extremo das possibilidades a função referencial própria da narrativa jornalística, ao transportar para a casa do telespectador as imagens do acontecimento acompanhadas dos comentários verbais que as esclarecem.”

Tendo como uma das características principais da televisão, a linguagem coloquial apresenta um estilo bem próximo da linguagem cotidiana. Por isso, é utilizada por profissionais de televisão, como exemplo, o jornalista, sempre que for escrever para a televisão ou apresentar, deve lembrar que está contando uma história para alguém, de forma clara, objetiva, direta, informativa, simples e pausada e esse fato deve ser assimilado por milhões de telespectadores.

Segundo Vera Íris Paternostro:

“ No telejornalismo, existem três elementos básicos: a imagem, a informação e a emoção. Grande parte da preocupação é fazer com que texto e imagem caminhem juntos, sem um competir com o outro: ou o texto tem a ver com o que está sendo mostrado. É importante ressaltar, que a imagem é parte da natureza da televisão, e em telejornalismo é preciso casar imagem e informação”.¹

A linguagem jornalística na televisão tem um traço específico que a distingue: a imagem. A força da mensagem icônica é tão grande que, para muitas pessoas, o que a tela mostra é a realidade. Por isso, a televisão ocupa um status tão elevado, que faz com que os telespectadores, especialmente os poucos dotados de senso crítico, lhe dêem crédito total, considerando-a incapaz de mentir para milhões de pessoas. No jornalismo de TV, a câmera pode enfatizar ou revelar novos significados que ajudam a esclarecer uma informação. A subjetividade com que a imagem é feita economiza muito texto, dá apoio a uma informação.

O telejornal faz parte da programação brasileira cumprindo uma determinação legal. O decreto lei 52.795 de 31.10.1963, é o regulamento dos serviços de radiodifusão, que estipula que as emissoras dediquem cinco por cento do horário da programação diária ao serviço noticioso. Esse programa de notícias tem o intuito de oferecer ao público, informação sobre os fatos da semana, do dia, da hora, do momento.

Segundo Olga Curado: “a notícia é a informação a serviço do público. Ela revela como determinados fatos se passaram, identifica personagens, localiza geograficamente onde ocorrem ou ainda estão acontecendo, descreve as suas circunstâncias, e os situa, num contexto histórico para dar-lhes perspectiva e noções da sua amplitude e dos seus significados”. ²

¹ PATERNOSTRO, Vera Íris. *O texto na TV- Manual de telejornalismo*. 12ª edição, Rio de Janeiro: Campus, 1999. p. 72-73.

² CURADO, Olga. *A notícia na TV- O dia-a-dia de quem faz telejornalismo*. São Paulo: Alegro, 2002. p.24.

A informação deve colaborar para produzir em nós telespectadores, um sentimento de inclusão social ou política, aumentando a nossa consciência do que acontece no país e no mundo. Essa é missão do telejornal, do programa de notícias e do noticiário que está no ar: oferecer esclarecimentos sobre os fatos contribuindo para o aperfeiçoamento democrático da sociedade.

Segundo Heródoto Barbeiro: “o telejornal é o resultado da ação de jornalistas sobre o aparente caos onde jazem os acontecimentos transformados em notícias. Ele se estrutura de forma semelhante em todos os lugares do mundo enfocando tomadas de primeiro plano de pessoas que falam diretamente para a câmera, sejam repórteres ou entrevistados”.¹

Em linhas gerais, esta é a linguagem do jornalismo na televisão. Suas características e objetivos conforme a bibliografia consultada.

¹ BARBEIRO, Heródoto. LIMA, Paulo Rodolfo de. *Manual de Telejornalismo: Os segredos da notícia na TV*. Campus. Rio de Janeiro, 2002. p.26.

2. A EQUIPE DO TELEJORNAL E O FLUXO DE SUA PRODUÇÃO

O telejornalismo tem uma estrutura formada por duas partes: uma é a produção, que envolve repórteres, pauteiros e produtores. Essa divisão, chefiada pelo Chefe de Reportagem, tem a função de abastecer o veículo de notícias e reportagens. Outra parte é a edição, que envolve editores de texto e de imagens. Chefiada pelo Chefe de Redação, esta divisão tem a função de fazer a finalização, editar as notícias e reportagens trazidas pelos repórteres, dando a elas a forma com que serão entregues aos telespectadores. Essa estrutura ordena os processos de produção e finalização de notícias na rotina de uma emissora de televisão. Entretanto, não se faz jornalismo em televisão sem o cumprimento de todas as tarefas relacionadas e a correta distribuição de responsabilidades. (anexo II).

Os integrantes responsáveis pela produção de um telejornal são:

Diretor de Jornalismo pela emissora é o responsável pela linha editorial da emissora. Geralmente tem o cargo de diretor ou gerente de jornalismo e participa, juntamente com gerentes e diretores de outras áreas, da direção da empresa. A chefia faz a ponte do jornalismo com os outros departamentos da empresa, define orçamentos, critérios de contratação e de promoção funcional junto com a área de recursos humanos. O chefe de jornalismo procura conciliar a liberdade de expressão e os interesses econômicos e políticos da empresa. Além disso, participa do processo de produção das notícias, discute a pauta, sugere entrevistados, conversa com repórteres e âncoras sobre as matérias que vão para o ar.

Editor-Chefe de Jornalismo responsável direto do telejornal. É ele quem escolhe as reportagens que vão ao ar e, em última análise, responde pelos erros e acertos do programa.

Segundo Heródoto Barbeiro: “a novidade é a alma de um bom programa jornalístico”.¹ Este profissional tem um papel ativo na produção do programa e no aprimoramento do telejornal, além de buscar as melhores notícias junto com a equipe aparecendo apenas quando se trata de cobrar possíveis falhas muitas delas duvidosas.

Diretor Executivo ou Chefe de Redação é o ponto de equilíbrio da redação. Acompanha de perto o trabalho da chefia de reportagem, dos editores e dos repórteres. Dá orientações precisas à pauta e à produção. Esse profissional possui uma visão geral dos assuntos que estão sendo investigados e estabelece a prioridade com que devem ser feitos. Repassa as instruções do chefe do departamento à chefia de reportagem a aos editores. É o ponto de consulta imediata para dúvidas editoriais.

Chefe de Reportagem é a base operacional do telejornalismo. Tem o completo controle e conhecimento de todos os meios materiais à disposição da reportagem: o que os editores querem, que repórteres, cinegrafistas estão disponíveis para serem escalados, (distribui as pautas entre os dois profissionais) e equipamentos (câmeras, carros, recursos financeiros que podem ser usados para a reportagem). Mantém-se informado a respeito de alterações na pauta; conhece o enfoque que os editores esperam da reportagem e recebe diretamente da chefia de redação a orientação editorial.

Chefe ou Supervisor de Operações faz a conexão entre as áreas técnicas prestadoras de serviço para o departamento de jornalismo. Verifica as condições dos equipamentos a serem utilizados numa reportagem pré-gravada ou para as transmissões ao vivo. Aponta aspectos positivos e negativos numa edição de imagens. Para fazer esse juízo compara o que foi editado com o que foi rejeitado pelos editores. Faz o controle do tráfego de fitas de vt.

Apurador é o plantonista da notícia. Esse profissional faz o acompanhamento dos casos usuais da madrugada: violência, acidentes. Os meios de apuração são compostos por rádio (noticiários), agências de notícias, rádio-escuta (sistema de captura da comunicação entre os carros de polícia, através da sintonia de um rádio na redação). Assim, realiza o contato de primeiro grau da notícia com a redação. Ele trabalha em profunda sintonia com o conjunto da redação. Colabora para complementar informações para a equipe que está na rua; faz a conferência de dados para editores que estão fechando o jornal; supre a chefia de reportagem com informações

¹ BARBEIRO, Heródoto. LIMA, Paulo Rodolfo de. *Manual de Telejornalismo: Os segredos da notícia na TV*. Campus. Rio de Janeiro, 2002. p.55.

atualizadas sobre eventos que estão se desdobrando e que estão descobertos pela reportagem.

Pauteiro é aquele que na imensidão dos acontecimentos na sociedade capta o que pode ser transformado em reportagem. Realiza pauta, sendo esta um conjunto de dados que dão partida a uma reportagem. O texto tem que ser informativo, sucinto, com *lead* (abertura da matéria) e *sublead* (desenvolvimento da notícia, com informações adicionais), uma vez que serve de roteiro para o repórter.

Segundo Luciana Bistane: “a função do pauteiro é marcar entrevistas, pedir autorização para a gravação de imagens, levantar dados por telefone, organizar essas informações e fazer um roteiro de trabalho para a equipe de reportagem”.¹

A pauta enxerga de longe a notícia, antes que se torne visível para a maioria. Numa pequena nota de jornal ou revista, pode estar uma pista para uma grande reportagem. Esse profissional deve se guiar pelo interesse jornalístico e social do conteúdo das pautas sugeridas.

Produtor de Pauta dá o primeiro passo para a materialização da pauta. A pauta é passada à produção na forma de um texto conciso, direto e claro. A pauta antes de ser produzida terá sido discutida pela equipe na reunião de editores que debatem a sua abordagem. O produtor oferece o eixo da matéria. Marca entrevistas, identifica as fontes de imagens, reúne o arquivo sobre o assunto, roteiriza a pauta, propondo a forma como a matéria deve ser estruturada e, finalmente, encaminha essa produção ao repórter. Esse profissional deve conseguir autorizações para que o repórter possa entrar no interior de locais públicos e privados com antecedência, sob o risco de o repórter não conseguir desenvolver sua reportagem.

Repórter discute as necessidades do trabalho em campo, reúne informações, faz as entrevistas e apronta o texto da reportagem. Este profissional dá o formato final à reportagem, embora a regra geral na maior parte das emissoras seja a divisão desse trabalho com o editor de texto. O repórter pode ser: 01) Local faz reportagens que serão exibidas na área de cobertura de uma emissora local. 02) Regional o trabalho do

¹ BISTANE, Luciana. BACELLAR, Luciane. *Jornalismo na TV*. Editora Contexto. São Paulo, 2005.p.135.

repórter aparece em várias emissoras que retransmitem o programa. As reportagens são um pouco mais elaboradas com temática de interesse mais abrangente. 03) Rede Nacional é uma denominação que abrange ao grupo de profissionais que atendem a uma audiência mais numerosa e diversificada. Esse profissional tem a capacidade de executar uma reportagem que reflete autoridade, discernimento e equilíbrio. 04) Correspondente Internacional é o profissional que possui méritos adquiridos pelo aprendizado contínuo, e que acumula experiências e compreensão do exercício do jornalismo, além de possuir formação cultural acima da média do grupo. 05) Passagem na reportagem televisiva é a entrada do repórter em algum ponto da narrativa contando, em *on* - em vídeo -, parte da matéria. Ele aparece ao fim da reportagem geralmente com o objetivo de projetar as consequências de terminado fato. 06) Cinematográfico é o olho do telespectador. Tem a curiosidade do repórter e a sensibilidade do artista fotográfico. O profissional capta as imagens que irão ao ar. Procura compreender o contexto e o enfoque da matéria. Ao encaminhar a fita para a edição, o cinegrafista conversa com o repórter e com os editores de imagem e de texto sobre as cenas que fez e opina sobre o uso de algumas delas.

É importante ressaltar que a reportagem é a principal fonte de matérias exclusivas do telejornalismo. O repórter pode contar uma história que não necessariamente é apresentada nesta ordem da estrutura narrativa: começo, meio e fim. No entanto, deve assegurar sempre de que a matéria tenha comunicabilidade e preserve as exigências básicas de clareza, objetividade e precisão. Além disso, as reportagens feitas para telejornais diários, possuem normalmente um tempo de 1:05" e 1:30"; assim sendo: o texto do locutor, cerca de 15" que encaminha ou chama a reportagem; o texto em *off*, narrado pelo repórter, entre 20" e 30"; *sonora* ou fala de entrevistado, entre 10" e 15"; participação de vídeo do repórter entre 15" e 20"; *sonora* – entrevista ou fala de uma ou mais pessoas, entre 12" e 20"; narração final em *off*, do repórter: entre 10" e 15". Esse tipo de reportagem tende a seguir esse padrão.

A entrevista é a maior fonte de informação jornalística. É uma expansão da consulta às fontes, objetivando, a coleta de interpretações e a reconstituição de fatos, propiciando uma relação dinâmica com a autoridade informativa, que pode esclarecer sobre a natureza e a mecânica dos acontecimentos. De todos os gêneros jornalísticos,

a entrevista é a que mais se utiliza do estilo coloquial, mais próximo da linguagem popular. Ela pode acontecer a partir do momento em que: 01) Definir o assunto pautado (a informação que se deseja obter ou que precisa aclarar); 02) Identificar a pessoa credenciada a falar sobre o assunto (é a autoridade, tem o conhecimento ou a delegação institucional para informar); 03) Pesquisar a respeito do tema e do entrevistado (levantamento de materiais publicados a respeito) 04) Planejar as perguntas (trata-se de uma ordenação de questões que vão ajudar a introduzir como entrevistador e a fazer uma ponte com o entrevistado). Esse caráter espontâneo e improvisado de sua produção, fortalecido pela circunstância dialogal com que se manifesta, é típico do estado de oralidade da língua.

Nos telejornais, os tipos de entrevistas mais usadas são: 01) de estúdio (obedece a uma pauta e deve estar circunscrita ao tema. As perguntas são pré-formuladas e o ponto eletrônico pelo qual fala o editor-chefe dá retorno sobre a condução da entrevista); 02) Ao vivo, da rua (o produtor ao vivo tem a incumbência de manter os curiosos a uma distância segura do repórter e entrevistado. Além disso, tranqüilidade que é conquistada quando o jornalista tem domínio da informação, o bom senso e capacidade de improvisar).

Assistente / Operador são responsáveis pela manutenção do sistema de áudio e iluminação. Uma cobertura importante não pode ser comprometida pela má qualidade de áudio captado ou pela falta de definição de imagens provocada por iluminação inadequada. No estúdio o operador planeja o ponto eletrônico, um fone encaixado no ouvido do apresentador e conectado por cabo ou rádio à sala de controle onde está a direção do programa. O editor-chefe comunica-se diretamente com o apresentador por meio do ponto, mas o retorno do apresentador só pode ser feito utilizando-se do microfone da mesa.

Operador de Vídeo ajuda o diretor a alcançar efeitos visuais especiais. Monitoriza o *teleprompter*, o que permite o apresentador ler o texto “em on”, ou seja, a “cabeça” ou o “pé” de uma reportagem, ou uma nota diante das câmeras, no estúdio sem desviar os olhos da objetiva. Este é um equipamento ótico que reproduz a folha do *script*, em tamanho maior, diante da lente da câmera.

Coordenador “de vivo” é o responsável pela coordenação da participação ao vivo do repórter. Como instrumento de trabalho, se utiliza um pequeno monitor (aparelho de televisão) que mostra as imagens que estão indo ao ar. O uso do monitor dá mais segurança à operação de entrada ao vivo. Além de recursos de comunicação com retorno auditivo permite que o repórter acompanhe a emissão do programa e que ouça o apresentador, assim dispensando a presença de um coordenador. As entradas ao vivo dos repórteres têm como finalidade atualizar a notícia, mostrando imagens do local presente. A intenção do editor-chefe jogar com os “ao vivo” no telejornal para cobrir uma eventual falta de tempo ou mesmo quando uma matéria prevista acaba caindo, porque não deu tempo para realizá-la ou por falta de tempo.

Produtor de Campo precisa ser ágil e focado. Localiza personagens que serão entrevistados pelo repórter. Profissional requisitado nas coberturas locais de tumulto ou de difícil acesso e naquelas situações em que vários fatos concorrentes se desenvolvem. É preciso que tenha grande sintonia com a equipe, capacidade de síntese para lidar com variadas informações e bastante objetividade.

Editor de Texto/ Editor de notícias avalia os dados da reportagem como um todo: imagens e informações e dá formato junto com o repórter ao texto final da matéria pré-gravada. Escreve o texto que é lido pelo locutor apresentador ou propõe textos para o âncora do programa (apresentador/editor).

Segundo Luciana Bistane: “o editor de texto é o jornalista que faz a ponte entre a redação e o repórter. Troca idéias com a equipe que está na rua, ajuda a na apuração, e monta a matéria na ilha de edição, junto o editor de imagem”.¹

Portanto, este profissional verifica a qualidade do material trazido da rua pela equipe de reportagem e orienta a equipe de reportagem, a respeito do enfoque da cobertura. É a ponte entre a reportagem e o telespectador.

Produtor/Editor são responsáveis pelas condições materiais e do conteúdo do telejornal. Funcionam como elo entre jornalistas e técnicos e acompanha a edição do programa desde o início. Concretiza a pauta, em alguns casos faz a apuração básica dos dados para reportagem, a pesquisa, o histórico e o contexto; identifica a avalia

¹ BISTANE, Luciana. BACELLAR, Luciane. *Jornalismo na TV*. Editora Contexto. São Paulo, 2005.p.135.

entrevistados, roteiriza a reportagem, acompanha a equipe de filmagem, faz as entrevistas, escreve o texto final, “*as cabeças*”, e “*pés de matérias*” que são lidas pelo apresentador e dá o gancho ao assunto, e notas que compõem o script do telejornal e o edita, isto é, seleciona palavras e imagens e deixa a reportagem pronta para a exibição. Tem a habilidade para lidar com todo o processo que envolve a produção jornalística para TV: da coleta de dados até a edição fazendo inclusive a locução de reportagem. Devem ficar atentos ao enfoque do noticiário de outras emissoras. Esses profissionais ficam responsáveis por escrever o *espelho*, as informações levantadas em tópicos pela apuração e pela produção das matérias. Além disso, faz o *script*, sendo o planejamento e a estrutura de um telejornal em blocos, a ordem das matérias que irão ao ar, bem como dos intervalos comerciais, das chamadas e do encerramento, apresentado de forma concisa, sendo distribuído a todos os profissionais participantes da operação do programa. A linguagem é a mais coloquial possível, como se o narrador estivesse conversando com o telespectador, e o texto deve permitir que quem esteja assistindo tenha compreensão perfeita do que está acontecendo. (anexo X).

Editor de Arte trabalha junto com o editor de texto e o repórter, oferecendo soluções criativas para ilustrar a notícia com poucos elementos visuais. A arte bem coordenada com o texto é um elemento importante para dar clareza à informação. Esse profissional também cria e implanta os cenários dos telejornais, misturando imagens e utilizando os recursos da computação gráfica.

Editor de Imagens esse profissional trabalha sob a supervisão do editor de texto ou produtor/ editor. É responsável pela montagem das imagens a partir de um roteiro estabelecido. Como rotina de trabalho, recebe a fita com todas as imagens feitas pelo repórter cinematográfico, faz a *decupagem*, selecionando aquelas que estejam adequadas ao texto do repórter e do editor de texto. Ter entendimento do papel da música na sonorização de matérias, domínio dos recursos técnicos dos equipamentos e criatividade são requisitos básicos para o desempenho do editor de imagens.

Âncora é o apresentador do programa que acumula essa atividade com a de editor-chefe ou editor-executivo. Acompanha e participa do processo de confecção do telejornal em todas as suas etapas. Nele se apóia a identidade editorial do programa, a identidade visual e dá a “cara” ao telejornal e as diretrizes que serão seguidas pela

produção. Geralmente pode ser um editor, um produtor, um pauteiro, um apurador ou um repórter. Para se tornar um âncora é preciso associar as virtudes intrínsecas do bom jornalista, como possuir empatia, segurança, autoridade do repórter de vídeo, associadas à grande capacidade gerencial, ou seja, contribuir para - ou faz dele próprio, a identidade do jornal.

Um aspecto interessante a ressaltar na trajetória do telejornalismo no Brasil, em meados de 1983, foi o surgimento do primeiro jornalista a atuar como âncora na televisão brasileira, incorporado por Joelson Beting. O âncora cumpriu a incumbência durante a metade da década de 1980, conduzindo, o Jornal da Bandeira. Paralelamente às experiências que ocorriam na técnica de apresentação, o noticiário repercutia a efervescência das mudanças políticas.

Locutor de Cabine é um locutor “*em off*”, não aparece diante das câmeras. Lê textos para os programas que são gravados e editados.

Coordenador de Jornal confere as páginas do *script* do programa e as distribui a todos que estão diretamente envolvidos na operação de colocar o programa no ar. Também verifica se as fitas das reportagens foram entregues aos operadores das máquinas que vão ser acionadas para a exibição.

Câmera de Estúdio é um cinegrafista que opera a câmera de estúdio que na maioria das vezes é fixa, podendo, em alguns casos, filmar com câmera no ombro. Obedece a um plano de enquadramento preestabelecido e à seqüência do *script*. Recebe instruções por meio de um fone passadas pela direção do programa.

Diretor de TV faz os cortes da exibição do jornal. Cortar o jornal significa passar de uma câmera para outra e para os videoteipes ou vivos. Trabalha ao lado do editor-chefe do programa para a eventualidade de alguma alteração na seqüência do *script*.

Operador de VT revisa as fitas para verificar a qualidade técnica de áudio e de vídeo. Posiciona nas máquinas as fitas para exibição.

Operador de Áudio/ Sonoplasta abre o som dos microfones e os modula para a exibição. Todo material gravado é modulado no momento da exibição e a captação do áudio ao vivo é testada minutos antes da entrada.

Assistente de Estúdio é o elo entre o estúdio e a sala de controle. Recebe informações por meio de um ponto eletrônico e é uma espécie de fiscal do cumprimento do *script*.

Segundo Heródoto Barbeiro: “o script é a lauda do telejornalismo. Possui características especiais e espaços que devem ser obedecidos na operação do telejornal. Em emissoras informatizadas, o mesmo formato de script foi criado nos terminais para serem escritos textos e matérias”.¹

Esse profissional sinaliza gesticulando para o apresentador os segundos que faltam para a entrada do programa no ar, ou quando está prestes a terminar. Além disso, indica a que câmera o apresentador ou âncora deve se dirigir.

Pode-se perceber que no departamento de telejornalismo essa estrutura ordena os processos de produção e finalização de notícias da emissora.

Segundo Isabel Travancas: “para o jornalista, a redação é o centro vivo do jornal, ou melhor, seu coração que bate e pulsa. Esta associação é pertinente na medida em que é o espaço que funciona 24 horas por dia e no qual se encontra a razão da existência do jornal: a produção da informação. Pois a notícia se encontra na rua, sua elaboração é feita na redação”.²

A rotina de produção em televisão começa, geralmente, no dia anterior com o trabalho do pauteiro, profissional encarregado de relacionar os assuntos previstos para o dia seguinte, criar matérias e dar a elas um encaminhamento editorial. Esses assuntos não podem deixar de receber cobertura no dia seguinte, pelos produtores, que fazem contatos, levantam informações adicionais e marcam as entrevistas necessárias.

O editor chefe começa a organizar o jornal, a preparar o espelho. Troca informações com a subchefia de reportagem, referentes às matérias que já estão à disposição para serem utilizadas de outros telejornais que não foram usadas e as realizadas à noite. Enquanto os editores estão nas ilhas de edição realizando seu trabalho, o editor-chefe verifica o espelho do jornal, faz modificações, e em seguida

¹ BARBEIRO, Heródoto. LIMA, Paulo Rodolfo de. *Manual de Telejornalismo: Os segredos da notícia na TV*. Campus. Rio de Janeiro, 2002. p.197.

² TRAVANCAS, Isabel Siqueira. *O mundo dos jornalistas*. 3ª edição, vol 43. São Paulo: Summus editorial, 1993. p.23.

passa do terminal para o coordenador, que vai controlar o tempo das matérias, faz o somatório dos tempos para evitar que o jornal estoure seu tempo de produção e distribui os *scripts*. Esses profissionais estão sempre em contato e acompanham até o fim da produção, dando apoio na execução operacional da parte técnica do telejornal.

As informações levantadas pelo pauteiro e pela equipe de produção vão municiar o repórter, quando for desenvolver a matéria, junto com o cinegrafista, a partir das orientações da pauta e de uma conversa com o chefe de reportagem.

De volta à redação, finalizada a pauta, o repórter passa ao editor a fita com a matéria e informações adicionais, que sejam úteis, sobre os entrevistados e a matéria. Em seguida, discute com o editor a ordenação do material gravado.

Com o material gravado na rua pela equipe de reportagem, o editor de texto faz a edição, recontextualiza, ordenando boletins, sonoras, as imagens que vão cobrir os *offs* e redige a *cabeça da matéria*, enquanto o repórter escreve a reportagem logo que terminar a *decupagem* da fita bruta. Finalizando esse processo, a matéria está pronta para ir ao ar dentro do telejornal no qual é destinado. Duas horas antes de o jornal entrar no ar, os editores estão elaborando suas matérias, enquanto o editor-chefe vai organizando o jornal.

No final de cada expediente, a redação fica mais movimentada. Começa a chegar as matérias produzidas da rua e os editores têm que ir dando conta do trabalho, o mais rápido possível, para que o material dos repórteres seja editado a tempo de entrar no jornal. À medida que vai se aproximando a hora de entrar o jornal esta tensão aumenta e os editores só voltam a ficar tranquilos ao encerramento do jornal.

Terminada essa fase da edição, os editores voltam para a redação, redigem suas matérias, e fazem um breve relato sobre o assunto editado para o editor-chefe, que revisa, podendo aprovar imediatamente, ou então fazer algumas alterações no texto ou até propor que o editor redija uma nova página, caso não tenha mencionado o solicitado. Aprovada a página, a matéria é dada como pronta, só aguardando o momento de entrar no telejornal.

Esse material aprovado é repassado para o apresentador do telejornal que pode acrescentar novas informações as chamadas do jornal que também são revisadas pelo editor-chefe. O apresentador deve chegar no início do expediente, já que se maquia

para apresentar o jornal e acompanha no terminal da redação as notícias que vão entrando pelas agências de notícias.

É constante o entra e sai na redação. O editor-chefe procura administrar o corre-corre. Verifica com o apresentador se o VT- previsão do tempo já foi gravado. Confere os tempos do noticiário com o coordenador do jornal, explicando as alterações feitas no *espelho*. Enquanto isso, o coordenador toma as providências imediatas para ir acertando os detalhes técnicos, imprime os *scripts* e entrega a todas as pessoas envolvidas na operação do telejornal: câmeras, operadores de áudio, de VT, gerador de caracteres, diretor de TV, entre outros. É este roteiro que vai guiar os procedimentos de cada integrante no decorrer do telejornal.

Com todo o processo de produção finalizado, o apresentador vai para o estúdio com o *script* do jornal na mão, acompanhado do coordenador do jornal, e do editor que acompanham ao vivo o telejornal. Enquanto o editor-chefe entra no *switcher*, lugar onde está o controle de uma unidade de produção, normalmente composta por um estúdio, câmeras, vídeos, geradores de caracteres, monitores de TV e sonoplastia.

Segundo Luciane Bistane: “o *switcher* é a sala de controle com mesa de corte. É de onde o diretor de TV e o editor-chefe coordenam as entradas das matérias, dos links e o movimento das câmeras do estúdio”.¹

No *switcher* trabalha o editor de TV, que comanda a mesa de cortes e o andamento do telejornal, de acordo com o *script* e o *espelho*. É importante ressaltar que todos os técnicos responsáveis por colocar o jornal no ar, devem estar com o *script* na mão, pois este é o roteiro que vai guiar os procedimentos de cada função no decorrer do telejornal.

O espelho é a previsão do que será o jornal, com a ordem de entrada das matérias e o tempo estipulado para cada uma delas. Ajuda a equipe a visualizar o conjunto da obra e o editor-chefe a não estourar o tempo previsto para o jornal.²

¹ BISTANE, Luciana. BACELLAR, Luciane. *Jornalismo na TV*. Editora Contexto. São Paulo, 2005.p.137.

² Idem. p.135.

Um pouco antes do telejornal entrar no ar, o diretor de TV confere as páginas do *script* com toda a equipe sob seu comando com o editor-chefe e o coordenador. Qualquer erro pode comprometer toda a operação do jornal. Enquanto isso, o apresentador lê as primeiras páginas do *script*, faz os primeiros testes de áudio, vídeo, posicionamento do *teleprompter*, que permite ler um roteiro e, ao mesmo tempo, manter um contato visual com o telespectador, por meio de uma câmera de circuito fechado.

O diretor de TV avisa que vai começar o telejornal. O clima é de expectativa. O noticiário televisivo está no ar. O apresentador lê as páginas, os *vts* se sucedem, sucedem-se os blocos, e o jornal chega ao fim.

Após o fim do noticiário televisivo, os editores juntamente com o editor-chefe, produtores e chefe de reportagem reúnem-se para uma rápida avaliação do jornal e já dão início aos preparativos para o do outro dia. Terminam as atividades. Para a equipe de produção é uma sensação de dever cumprido.

É importante ressaltar, que os assuntos abordados no telejornal são resultado de reuniões entre o pauteiro, editores, chefe de reportagem, chefe de redação e diretor de jornalismo. As questões como a ordem, a duração e a divisão dos blocos das reportagens que vão ao ar, compõem o espelho do jornal, e costuma ser resultado de nova reunião entre o editor-chefe, o chefe de reportagem, o chefe de redação e o diretor de telejornalismo. Por isso, os telejornais se estruturam ao redor na figura do editor-chefe, capaz não só de buscar a notícia, mas de editar o material gravado e apresentá-lo se for necessário.

O repórter é solicitado a se envolver com a edição do material produzido na externa. Assim, mesmo não sendo técnico, precisa conhecer os equipamentos que usa no dia-a-dia para fazer um trabalho com mais qualidade.

Com a tecnologia nos meios de produção no jornalismo de televisão, a utilização das modernas *camcorder*, câmeras portáteis com um gravador de videocassete embutido, facilita o sinal de vídeo e permitem a gravação das imagens e do som, eliminando a necessidade de um profissional específico para operar o gravador de *videotape*. Essa função é atribuída à equipe de reportagem resumida ao repórter e ao cinegrafista, que este assume uma responsabilidade maior no processo de produção de informação.

Portanto, o ritmo do trabalho em televisão é rápido, intenso e a cada dia com novos desafios. O noticiário televisivo está associado ao fato da televisão estar organizada e apresentada no tempo. A finalização do material produzido não pode atrasar porque os telejornais seguem horários rigorosos e a reportagem tem de ficar pronta. Por isso o jornalista deve tomar as medidas que possam representar facilidade de edição e ganho de tempo na redação. A tendência nas redações é que os repórteres não se limitem mais a reportagem. Estão passando a fazer também a produção e a edição, pois qualquer operação errada na rua vai significar problemas para eles mesmos quando tiverem de editar a matéria na redação.

3. A PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

Produzir um programa de televisão exige muita interação entre as pessoas envolvidas na produção. É preciso compreender as etapas de realização a partir do universo da produção audiovisual, sendo composta por duas equipes: de pré-produção e pós-produção. Para isso, a importância de obras de especialistas como Harris Wattis e Valter Bonasio complementam a forma de como produzir um programa de televisão.

3.1. Pré-produção e seus componentes

A equipe de pré-produção é formada por pessoas cujas funções são consideradas “criativas”, como **produtor** considerado o dono do programa, que desenvolve o conceito, o roteiro do programa, supervisiona e coordena toda a pré-produção, sendo responsável pelos aspectos criativo, técnico e comercial; **diretor geral** supervisiona todas as atividades de produção, aprova as mudanças que aparecem de última hora, e assiste a todos os ensaios, como se fosse um telespectador). Com isso, anota todas as mudanças necessárias para melhorar os resultados; **roteirista** trabalha com o produtor e o diretor no desenvolvimento do roteiro ou formato e revisa o roteiro até a aprovação; **assistente de direção** ajuda o diretor a planejar o método de produção; **produtor executivo** dá assistência ao diretor no que for necessário; **redator** desenvolve o roteiro junto com o produtor e diretor do programa, acompanha as gravações para reescrever possíveis alterações; **gerente de palco** responsável por todas as atividades no palco ou no chão do estúdio; **técnico de áudio** planeja o método de produção do áudio e as facilidades de áudio necessárias; **cenógrafo** consulta o diretor/produtor e iluminador/diretor de fotografia sobre a concepção e o desenho geral; **iluminador** desenvolve o método de iluminação e prepara a planta de iluminação para a produção; **artista gráfico** desenha e prepara gráficos mecânicos e eletrônicos; **operador de câmera** opera a câmera durante os ensaios e o **operador de vídeo** ajuda o diretor a alcançar efeitos visuais especiais, como exemplo, o *teleprompter*.

É importante ressaltar que essa fase é a mais importante e mais repleta de atividades para o produtor, quando o conceito do programa é desenvolvido e o método de produção é planejado e organizado.

3.2. Pós-produção e seus componentes

A pós-produção é responsável pela versão final da edição (por um *sistema não-linear* sendo feita por um computador pessoal equipado com hardware e software que permite digitalizar o áudio e o vídeo e o armazenamento em disk, provendo o editor de acesso quase imediato a todo material gravado, avalia cada exibição, para saber se o programa está atingindo todos os objetivos. Além disso, coordena juntamente com a divulgação da emissora a promoção e publicidade. É importante ressaltar que a equipe da pós-produção é reduzida, porém exerce algumas funções da pré-produção, com atividades diferenciadas. Os integrantes responsáveis são: **produtor** aprova a versão final editada, avaliando o programa para verificar se alcançou o objetivo proposto; **diretor** supervisiona a edição; **assistente de direção** ajuda o diretor na direção, monitorando o tempo, durante a edição; **diretor de imagens** opera o *switcher*-transições livres de problemas, mudando entre fontes de vídeo no intervalo vertical em dois campos entrelaçados do vídeo, durante a pós-produção; **técnico de áudio** opera a mesa de áudio durante a pós - produção e melhora a qualidade do áudio; **artista gráfico** providencia gráfico eletrônico para serem adicionados durante a edição. Essas atividades incluem a aprovação da versão final da fita editada do programa, o trabalho com a promoção e a publicidade, para atrair a maior audiência possível e avaliar a reação do público em relação ao programa.

Segundo Valter Bonasio: “o processo de produção é 60% de organização e 40% de criatividade. Isso quer dizer que sem habilidade organizacional existe muito pouca chance de conseguir transformar um conceito criativo em um programa de sucesso”.¹

¹ BONASIO, Valter. *Televisão: Manual de Produção & Direção*. Editora Leitura. Belo Horizonte. 2002.p.60.

A estética aplicada na mídia eletrônica é um fator essencial no processo de produção; afinal, televisão é uma forma de arte que representa a realidade por meio da visão e da audição. A estética é um guia para o produtor e o diretor manipularem imagens para rerepresentar a realidade ou criar uma nova. A vinheta do programa foi criada com o objetivo de englobar as variedades dos temas que seriam discutidos, de interesse pessoal e social, por meio de vários quadros com imagens de pessoas, Brasília, trânsito, dinheiro, meio ambiente e o Congresso Nacional. Os meios utilizados pelos designers Abimael Júnior e Saulo Morete na composição da vinheta, foram o Software 3D Max usado para modelar os monitores que percorrem o cenário da abertura; e o photoshop, para a criação do plano de fundo. O uso das cores azul (fundo) e branco (tipografia), foi pensado pelo sentido que nos remete: clareza, objetividade e credibilidade. A escolha da trilha foi à perfeita sintonia do áudio com o movimento das imagens.

Todo o processo comunicacional da televisão deve ser feito com os conceitos da dimensão do vídeo e a dimensão do áudio. As dimensões do vídeo e áudio constroem um tom apropriado, estabelecem o ambiente desejado e complementam os objetivos do programa; afinal, o objetivo básico de qualquer programa é comunicar idéias e mensagens à audiência com sucesso. Esse uso efetivo das dimensões de vídeo e de áudio permite tirar o máximo de vantagem das muitas capacidades que a mídia de televisão oferece.

O editor de imagem tem uma grande influência na comunicação e na qualidade final de um programa. A edição se tornou um elemento tão essencial no processo de produção, pelo resultado do recurso que a edição oferece. As imagens são escolhidas pelo próprio editor, mas o editor de texto, geralmente sugere algumas imagens para montar o programa, a matéria ou a notícia televisiva. Além disso, a importância da imagem tanto no telejornalismo quanto em um programa, é ressaltada pelos editores de textos e pelo editor-chefe sendo associada à necessidade que a informação televisiva tem de representar de forma sintética, breve, visualmente coerente e significativa o objeto do assunto.

A televisão é uma mídia audiovisual, por isso o som nas suas variadas manifestações (diálogos, música e efeitos sonoros) é considerado uma parte primária e

integrante desse meio. O som é instrumento que dá informação mais precisa do que a imagem, por isso a utilização do microfone, sendo um meio de captação feito para servir à situação de áudio específica. O sistema de áudio usado na produção do Diálogo Brasil, é através do microfone de lapela, que permite liberdade de movimentos, captação de áudio com qualidade, não exige profissionais para operar e não causa problemas de iluminação que o *boom* (microfones montados em suportes que ficam fora do alcance das câmeras, captando todos os sons da posição onde ele está) causa em produção, são imperceptíveis quando presos à gravata ou na lapela do paletó.

Cores, pisos, colunas, móveis, cortinas, paredes são compostos de maneira própria que constituem o cenário do programa. A montagem se refere a como esses elementos são desenhados, arrumados e integrados no estúdio, criando um ambiente físico para a ação. Os cenários e a montagem são elementos visuais importantes que contribuem para a dimensão do vídeo, proporcionando as oportunidades suficientes para o diretor explorar os ângulos de câmera e ainda estabelece o ambiente necessário para aguçar a percepção do telespectador. O diretor trabalha com três elementos visuais relacionados: 01) *Ângulo da câmera* se divide em dois ângulos: baixo e alto. O primeiro sugere um sujeito forte, dominante, enquanto, que o segundo, faz um sujeito parecer menos forte e fisicamente menor. Em programas de televisão com enfoque jornalístico não é muito utilizado o ângulo baixo. 02) *Tamanho e conteúdo da tomada* ajudam a estabelecer a ênfase visual. As tomadas abertas apresentam elementos visuais em relacionamento, o que transmite os motivos do impacto emocional nos limites da moldura visual. A ênfase está diretamente relacionada ao tamanho do sujeito na tomada. 03) *Movimento da câmera ou do sujeito* classificam em três principais tipos de movimentos: Primário (sempre ocorre na frente da câmera, tipo de movimento do apresentador), Secundário (são aqueles em que a câmera ou a lente se movimenta, como ex: zoom) Terciário (conseguido na edição, através do uso de cortes ou fusões). Esses três elementos são utilizados para a produção do Diálogo Brasil. Sua estrutura é composta por 4 câmeras, sendo uma conversível, mais leve, prática, que pode ser utilizada na sua configuração portátil, podendo ser conectada à sua unidade de controle de câmera e operada como qualquer câmera de estúdio. No programa, o cinegrafista é responsável por captar ângulos diferenciados no momento em que o apresentador está

mais próximo do entrevistado e as demais, na versão estúdio sendo fixas, montadas em pedestais, sustentadas por um tripé que permitem ao operador movê-las através do estúdio, e adaptadas ao monitor de *teleprompter* no qual os níveis de vídeo são regulados por um técnico de vídeo durante a produção. Pelo fato de ser um programa de debate, esse monitor é utilizado pelo apresentador, apenas na abertura.

As cores utilizadas em um cenário apresentam quatro técnicas que são de extrema importância para o ambiente do programa. Ela pode **informar** podendo distinguir objetos, apresentando um valor simbólico, que parte da função de informação que ela tem na composição de um ambiente; **compor** trazer energia em alguns elementos e a balancear em outros, harmonizando composições; **expressar** faz com que nós sintamos de determinada forma o que nos é apresentado; **dimensionar** uma cor escura contra um fundo brilhante parece menor do que é na realidade, enquanto as cores quentes, parecem ser maiores e estar fisicamente mais próximas que cores frias; **balancear** separar as cores neutras que não vão interferir com os níveis de cor. É preciso evitar cores saturadas, pois parecem visualmente mais pesadas e mais sólidas. É importante ressaltar que as cores devem variar não só em matiz e saturação como também em relação aos diferentes valores de brilho. Outro aspecto que merece destaque é a ruim combinação do vermelho com o azul, pois essas cores têm diferentes tamanhos de ondas, e o olho humano rapidamente se cansa, deixando o telespectador com um sentimento de irritação psicologicamente fundado.

No programa Diálogo Brasil, o cenário é branco, com 8 colunas, sendo utilizadas nas pontas, na vertical, lâmpadas fluorescentes de néon lilás, para dar um efeito, alterando na estética visual. (anexo VI).

A intensidade de suas cores e de seus movimentos atinge aspectos estéticos e psicológicos, conseguindo reações desejadas. Por isso, a finalidade da iluminação de manipular e articular a percepção do ambiente, pois a imagem da televisão é processada através da luz. A técnica de iluminação triangular utiliza instrumentos em três posições de iluminação básicos: a primeira é a **luz-chave** sendo uma fonte principal de iluminação para uma cena, é posicionada, em frente ao apresentador, um pouco para o lado e num ângulo elevado. Essa técnica apresenta duas características: *desmotivadas*: quando não há necessidade de considerar a direção exata da luz, como

exemplo, o programas realizados em estúdio de televisão. Enquanto a *motivada* é posicionada de forma que a iluminação provenha da direção ou fonte determinada pela cena ou roteiro; a segunda é a **luz de trás** utilizada para jogar a luz em volta da cabeça e dos ombros, separando o sujeito do fundo e aumentando-lhe a definição; e por fim, **a luz difusa ou de preenchimento** é uma luz complementar usada para clarear ou reduzir sombras causadas por fontes de luz mais duras ou ampliar o alcance de contraste. A intensidade da luz pode ser medida por meio de um instrumento denominado *Light Meter*. Esse medidor foi feito para medir a quantidade de luz que vem de uma fonte específica ou de diversas fontes juntas. A técnica para a medição de luz mais usada nas produções televisivas é a leitura de **luz incidental**. Essa técnica incidental tem a vantagem de ser relativamente simples, dando uma leitura-padrão da iluminação do cenário, permitindo ao diretor de iluminação medir o nível de luz antes dos atores chegarem ao cenário. A iluminação do Diálogo Brasil não é robotizada, sendo controlada por um controle de luz, tanto na sua intensidade como na sua distribuição. O controle se dá através de telas, difusores, potência e distância da lâmpada, tipo de aparelho e refletores. Adicionada pelo computador, que tem sido muito útil para os iluminadores e diretores de fotografia, permite montar e controlar uma complexa operação de iluminação. Esse sistema define a capacidade da luz, de acordo com o cenário, pois em cada página é gravada a controle de iluminação de todos os programas.

Além disso, na pré-produção há um espaço reservado para a monitoração do jornalismo, conhecida como *switcher* onde reúne uma série de profissionais. A diretora do Diálogo Brasil, acompanha o programa pelo *script* e *espelho*; controla o tempo; faz uma comunicação direta pelo sistema de *intercom* que estabelece uma intercomunicação pelo microfone que fica na mesa de operações e facilita que Lize Baily possa orientar os operadores de câmera no posicionamento dos planos e enquadramentos; o mediador Florestan Fernandes Júnior no estúdio, por meio do ponto eletrônico, sendo este um receptor de áudio colocado dentro do ouvido do apresentador com o intuito de alertar a entrada do convidado no programa; expor novas perguntas, de acordo com as respostas dos seus convidados e a equipe de palco, através do alto-falante no estúdio.

Segundo Valter Bonasio: “uma vez que tudo acontece tão rapidamente durante a produção, o diretor deve se comunicar com sua equipe de forma precisa, rápida e eficiente, por isso foi criada uma nomenclatura que simplificasse e agilizasse a comunicação entre diretor e os operadores de câmera”.¹

Dessa forma, a comunicação passa a ser simultânea com todos os membros do elenco e da equipe que não estão usando os fones de ouvido. Enquanto, o operador de áudio faz os pré-ajustes na mesa de áudio e dos microfones de todos os integrantes; o assistente de operação é responsável pela montagem de todos os créditos do vídeo, que incluem os telejornais e o Diálogo Brasil. Esses créditos são de responsabilidade das pessoas envolvidas na produção, como forma de reconhecimento, mostrados no início ou final do programa. Cada um desses comandos se refere às operações de produção específicas e são seguidos pela equipe durante o ensaio e a produção.

A interação das equipes de pós e pré- produção são fundamentais para a execução de um telejornal ou um programa de televisão. Várias pessoas fazem parte desta estrutura. O trabalho em equipe facilita a integração entre os integrantes e contribui para o desenvolvimento do programa.

As rotinas de trabalho desses profissionais começam com muita antecedência. O processo começa antes e depois do programa. Duas horas antes de entrar no ar com transmissão ao vivo, toda a estrutura do programa é montada: cenários, palco, iluminação, ângulos das câmeras, sistema de áudio, e o monitor de televisão, *teleprompter*.

Por ter uma estrutura ampla, uma parte do estúdio é compartilhada com o telejornal Repórter Nacional, edição da noite, que reserva um espaço para realizar um link entre o apresentador e o jornalista Florestan Fernandes Júnior, que ao vivo, relata os assuntos que serão debatidos no Diálogo Brasil.

Quando finaliza o programa Diálogo Brasil, os trabalhos no estúdio não param. Exatamente 20 minutos depois da apresentação, os cenários começam a ser desmontados. O gerente de palco embala os objetos de decoração. Vários ambientes

¹ BONASIO, Valter. *Televisão: Manual de Produção & Direção*. Editora Leitura. Belo Horizonte. 2002.p.86.

são desmontados ao mesmo tempo, e levados para o almoxarifado. Em seguida, são levados e montados os novos cenários, e adereços do primeiro telejornal do dia, o Repórter Nacional, edição da manhã. Essa é a rotina do dia a dia dos programas de televisão, que não têm uma estrutura própria e separada.

Portanto, entender televisão é conhecer suas capacidades e limitações, técnicas e equipamentos. Esse meio de comunicação é uma mistura de arte com ciência, e todos os profissionais integrados têm um componente de criatividade a ser aplicado por intermédio dos equipamentos ou de suas áreas.

4. CONCEPÇÃO DO PROGRAMA DE TELEVISÃO

A idéia de produzir um programa de televisão requer uma equipe de profissionais com conhecimentos técnicos e que estejam envolvidos para atuar no processo de produção. A cada edição, um novo tema, uma nova maneira de se comunicar com seu público.

Segundo Valter Bonasio: “a televisão depende da integração de muitas funções, que devem ser executadas e coordenadas perfeitamente. Não importa se o diretor é competente, talentoso e experiente; se ele não tiver uma equipe igualmente competente e principalmente bem entrosada, dificilmente o programa sairá bom”. ¹

Por isso, são necessários muitos profissionais para se fazer um programa de televisão, como técnicos, operadores, supervisores, colaboradores, além de dois integrantes fundamentais para a execução do processo de produção: o produtor e o diretor. É importante ressaltar que o diretor trabalha do início até o término da realização do programa.

Segundo o artigo 221 estabelecido na Constituição Federal de 1988, a produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão os seguintes princípios: I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas; II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive a sua divulgação; III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em Lei; IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Esse controle social de produzir um programa que atenda os requisitos presentes no artigo 221, é uma forma de evitar que as emissoras fiquem limitadas pela disputa de patrocinadores, não se importando com a qualidade do que é veiculado na programação. No entanto, a televisão é um serviço público, que tem a finalidade de atender aos interesses da sociedade brasileira.

¹ BONASIO, Valter. *Televisão: Manual de Produção & Direção*. Editora Leitura. Belo Horizonte. 2002. p.23.

A produção de televisão se opera em quatro estágios: **01) Pré-produção**: há uma reunião com os membros-chave da equipe de produção, com o produtor, diretor, iluminador, cenógrafo, diretor técnico, técnico de áudio, para desenvolver todo o conceito de produção, que inclui objetivos, métodos, formato e organização. **02) Montagem e ensaios**: a montagem do estúdio, realizada em etapas: construção do cenário, afixação e ajuste de luz, montagem de áudio e preparação de *inserts*. Segundo Pedro Maciel: “os *inserts* são imagens ou sons colocados em pontos de corte na matéria editada para permitir uma transição suave, sem pulos de imagem, ou para acrescentar uma informação sem interferir no resto da matéria”.¹ Além disso, são preparados para a produção e todos os elementos do programa são ensaiados e coordenados como exemplo posicionamento das câmeras. **03) Produção**: é fundamental para o programa gravado ou “ao vivo”. O procedimento de gravação pode ser direto ou em segmentos com cada câmera alimentando separadamente o gravador. **04) Pós-produção**: Toda edição é feita quando o programa é gravado.

A equipe pode ser dividida em dois grupos: **01) Equipe de produção** que inclui produtor, diretor, assistente de direção, diretor de iluminação ou diretor de fotografia, cenógrafo e assistentes de produção. **02) Equipe técnica** inclui diretor de imagens ou televisão, sonoplasta, operadores de áudio, vídeo, câmera; gerente de palco e o restante da equipe técnica e operacional. A pós-produção conta também com o complexo de um estúdio de televisão composto por duas áreas definidas pela *sala de switcher*. O centro de comando do programa é coordenado pelo diretor e todos os elementos que compõem o *chão de estúdio*, onde acontece a produção.

Os integrantes responsáveis pela equipe de produção, com suas respectivas funções são:

Produtor Executivo é o dono do programa, desenvolve o conceito e o roteiro com o redator, aprova as mudanças que aparecem de última hora, e as escolhas do diretor em relação à luz, ao cenário, assiste todos os ensaios, como se fosse o mais exigente telespectador. Sendo responsável pela viabilização do programa, avalia a

¹ MACIEL, Pedro. *Jornalismo na televisão*. Sagra. Porto Alegre, 1995. p.109.

cada exibição, se o programa está atingindo todos os objetivos e aprova a versão final da edição.

Produtor supervisiona e coordena todas as fases de produção, do roteiro e da pós-produção. Decide juntamente com o diretor do programa e produtor executivo o orçamento e a logística necessária para a realização do programa. Aprova método do diretor, a iluminação e o cenário. Nos programas ao vivo, ajuda o diretor quando necessário, enquanto, nos programas gravados, decide com o diretor qual as *tomadas* serão utilizadas, pois esta é uma imagem contínua e uma necessidade básica de comunicação para conduzir a nossa mensagem e qual o plano de enquadramento usar.

Na produção de televisão, a fase de pré-produção é considerada a mais importante para o produtor, pois é quando o conceito do programa é desenvolvido e o método de produção é planejado e organizado.

Assistente de Produção é responsável pela realização das tarefas do produtor, providencia mudanças solicitadas pelo diretor e pelo produtor executivo.

Diretor é responsável pela estética do programa. Participa de todas as reuniões de pré-produção, trabalha com o produtor executivo, produtor e roteirista no desenvolvimento do mesmo. O trabalho de direção exige a habilidade de coordenar diversas áreas simultaneamente, executando a produção e supervisionando a edição.

Segundo Valter Bonasio: “o diretor deve estabelecer um sentimento de cooperação, de trabalho de equipe e de respeito mútuo entre todos os membros da equipe de produção. A responsabilidade básica do diretor é supervisionar a equipe de produção para conseguir transformar a idéia, conceito ou roteiro nos elementos audiovisuais que compõem um programa.”¹

O diretor não precisa estar presente durante a montagem do cenário, estúdio, iluminação e equipamentos, porém devem ser checados e aprovados antes do ensaio para que quaisquer mudanças e correções possam ser feitas a tempo.

¹ BONASIO, Valter. *Televisão: Manual de Produção & Direção*. Editora Leitura. Belo Horizonte. 2002. p.113.

Assistente de Direção colabora na integração de toda equipe técnica e de produção. O assistente ajuda o diretor na edição, antecipa os problemas e sugere soluções, monitora o ritmo do programa, e o tempo durante a edição.

Diretor de Imagens trabalha como consultor do produtor e do diretor. Ensaia as câmeras na pré-produção, opera o *switcher* durante a produção, e a qualidade técnica do programa.

Redator/Roteirista desenvolve o roteiro junto como diretor do programa e produtor. Esse profissional acompanha as gravações para reescrever possíveis alterações. Trabalha com o produtor e o diretor no desenvolvimento do roteiro. Revisa o roteiro até a aprovação.

Segundo Valter Bonasio: "escrever para televisão é um processo de equipe no qual indivíduos trabalham juntos para se comunicar com o telespectador. A primeira tarefa do redator é pegar a idéia de um programa e transformá-la em palavras, sons e imagens".¹

Iluminador/Diretor de Fotografia na pós-produção, prepara o mapa de iluminação do programa.

Segundo Harris Watts: "ao se falar de iluminação, não basta dizer que o trabalho do iluminador limita-se a providenciar a luz suficiente para captar a imagem. Também é uma arte, e uma arte muito própria do operador".²

O diretor de iluminação trabalha o roteiro do programa, as informações sobre posicionamento de câmeras, apresentador, convidados, a planta de estúdio, o inventário dos equipamentos disponíveis e desenvolve o mapa de iluminação, que mostra os instrumentos determinados para cada função, a posição, o balanceamento e a intensidade, e, se houver algum efeito especial, seu funcionamento. Nos ensaios, supervisiona toda a colocação dos projetores de luz, monta os efeitos de luz e ajustes necessários para obter o melhor resultado. Enquanto, em produção coordena todas as marcações de luz e opera o *dimmer*, dispositivo utilizado para variar a quantidade de

¹ BONASIO, Valter. *Televisão: Manual de Produção & Direção*. Editora Leitura. Belo Horizonte. 2002. p.33.

² WATTS, Harris. *On câmera – O curso de produção de filme e vídeo da BBC*. São Paulo: Summus editorial, 1990. p.195.

energia elétrica alcançando determinado instrumento de iluminação.

Segundo Valter Bonasio: “a luz é o ingrediente-chave da percepção visual e a orientação no tempo e espaço, além de afetar nossas emoções. Uma boa iluminação é uma mistura de ciência e arte, que requer domínio das técnicas e criatividade”.¹

A intensidade de suas cores e de seus movimentos atinge aspectos estéticos e psicológicos, conseguindo reações desejadas, assim como a música, a luz pode ter um efeito intuitivo, influenciando nossas emoções. Sem iluminação adequada, a televisão não pode operar. A câmera não vai reproduzir uma boa imagem técnica.

Segundo Harris Watts: “a iluminação de estúdio é mais fácil porque costuma ter um grande número de luzes disponíveis (na locação o maior problema costuma não ter luz suficiente). É mais difícil porque a maior parte do trabalho num estúdio é feita em sequência contínua e assim você não consegue fazer as mudanças de luzes necessárias para cada tomada-de-cena”.²

Portanto a maior parte da iluminação de estúdio tem de ser um meio-termo entre as exigências de cada câmera. Por isso, o cenógrafo pode auxiliar na montagem do cenário, o posicionamento da bancada, do apresentador, do entrevistado, tendo em vista, a noção do ponto referencial de iluminação; com o propósito de eliminar os elementos que são possíveis de causar sombras.

Cenógrafo desenvolve ambientes cenográficos e a maneira como serão construídos. Para isso, consulta o diretor, produtor, iluminador, diretor de fotografia sobre a concepção, supervisiona o pessoal na montagem e construção de cenários.

Os cenários e a montagem são elementos visuais importantes que contribuem para a dimensão do vídeo. As três funções do cenário são: providenciar o fundo ou ambiente físico onde a ação acontece; fixar a época, o local e dar ao programa um estilo único que reúne todos os elementos visuais; e funciona como um elemento eficiente de produção que complementa os objetivos do programa.

¹ BONASIO, Valter. *Televisão: Manual de Produção & Direção*. Editora Leitura. Belo Horizonte. 2002. p.337.

² WATTS, Harris. *On câmera – O curso de produção de filme e vídeo da BBC*. São Paulo: Summus editorial, 1990. p. 198.

As técnicas das cores utilizadas em cenários têm o intuito de informar: o uso simbólico da cor é parte da função de informação que ela tem na composição de um ambiente; compor: trazer energia em alguns elementos e a balancear em outros, harmonizando composições; expressar: a função da cor faz com que nós sintamos de determinada forma em relação ao que nos é apresentado; dimensionar: a cor escura parece mais forte quando posicionada contra um fundo escuro; balancear: cores altamente saturadas parecem visualmente mais pesadas e mais sólidas que pastel-claro com pouca saturação.

Enquanto na equipe técnica, os profissionais envolvidos na produção são:

Operador de Câmera em pré-produção prepara as câmeras para a produção. Nos ensaios e produção, opera a câmera, ensaia os movimentos e enquadramentos. O operador de câmera tem de se preocupar enquadramentos interessantes que, às vezes, o diretor não tenha percebido.

Segundo Harris Watts:

“O aspecto mais importante sobre o enquadramento é decidir qual o centro de interesse principal na imagem e, em seguida engradar de tal forma que a visão do espectador seja conduzida para ele. Seu centro principal pode estar no meio da tela, no plano de frente ou no de trás: sua correlação com as outras coisas na imagem, a angulação de câmera, a iluminação, a forma da câmera se movimentar e as coisas também, tudo pode ser usado para dirigir o olhar do telespectador para onde você deseja”.¹

A importância do trabalho do operador de câmera resulta também na imparcialidade dos fatos. Esse poder da imagem em “falar” o que está acontecendo. Para isso, essa qualidade utiliza-se de meios técnicos como iluminação, som, angulação, movimento de câmera, posicionamento das pessoas e coisas, que conduzirão o olhar do público para as coisas importantes na imagem televisiva.

¹ WATTS, Harris. *On câmera – O curso de produção de filme e vídeo da BBC*. São Paulo: Summus editorial, 1990. p.229.

A câmera de televisão é a principal ferramenta usada na captação de imagens, sendo o equipamento básico para a produção de televisão. Para isso, são divididas em duas categorias: câmeras de estúdio, montada em pedestais que permitem o operador move-las através do estúdio; e câmeras portáteis que não requerem uma unidade de controle de câmera e alimentam o sinal de vídeo diretamente para o videocassete e a maioria possui controles automáticos de ganho que permitem ao operador de câmera cobrir a ação sem se preocupar tanto com o nível de vídeo.

Operador de Áudio em pré-produção, trabalha como consultor do diretor e equipe. Monta o mapa de áudio, seleciona materiais, como cds, que tenham trilhas sonoras que farão parte do programa. No ensaio, é responsável pela equipe de áudio, faz todos os pré-ajustes na mesa de áudio e o balanço dos microfones. Em produção, é responsável por toda a mixagem do áudio do programa.

Segundo Valter Bonasio: “o som é um aspecto importante na televisão. Além do seu papel como elemento primário na programação de entretenimento, a música é usada para temas de abertura e encerramento, assim, como para música de fundo para ajudar a estabelecer o clima ou a atmosfera do programa”.¹

Os efeitos sonoros são úteis para ajudar a dar forma à dimensão do áudio e destacar a imagem visual. Além disso, a importância da música na abertura deve ser selecionada para prender a atenção e preparar o clima ou tom do programa. A utilização da música de fundo - BG age inconscientemente, não com o intuito de chamar a atenção, o telespectador só percebe que a música está presente no programa quando presta atenção especial nela, que se torna uma referência para o programa.

Operador de Caracteres na pré-produção, trabalha como consultor do produtor e redator. Prepara a parte gráfica necessária para a produção do programa, como definir os créditos: as cores, a velocidade, tamanho. No ensaio e produção, esse profissional opera o gerador de caracteres. Enquanto, na pós-produção, opera o gerador de caracteres e computador gráfico para inserir caracteres e gráficos na edição.

¹ BONASIO, Valter. *Televisão: Manual de Produção & Direção*. Editora Leitura. Belo Horizonte. 2002. p.200.

Operador de Vídeo é o responsável pela busca do melhor alinhamento das câmeras. Esse profissional trabalha com o iluminador/diretor de fotografia, que resolve todos os problemas de luminosidade que afetam a operação da câmera.

Segundo Valter Bonasio: “em televisão cada vez mais você pode criar uma “realidade” completamente nova, virtual, para os telespectadores. É possível usar certas técnicas para produzir uma realidade na dimensão de vídeo que na verdade não existe”.¹

Muitos operadores de vídeo utilizam o método *Chroma Key*, um cenário virtual, que facilita a construção de um novo cenário, conforme os interesses do produtor e do diretor do programa. Noções de ângulo, perspectiva, iluminação e tomadas de câmera também modificam a percepção da realidade do telespectador.

As cores na televisão são feitas através de combinações de ajustes das três cores primárias (vermelho, verde e azul). Em diferentes níveis de brilho e matiz é possível produzir qualquer espectro de luz. Enquanto a cor no tubo de imagem consiste em linhas horizontais feitas de pontinhos do tamanho de *pixels*, que são iluminados na face do tubo por um raio eletrônico que passa de um lado ao outro das linhas que compõe a imagem de vídeo.

Gerente de Palco é responsável por todas as atividades no palco ou no chão do estúdio. Acompanha todo o processo de produção do programa, enquanto está sendo gravado ou “ao vivo”. Esse profissional serve como “olhos e ouvidos” do diretor no estúdio.

Artista Gráfico consulta o diretor, produtor, cenógrafo sobre os gráficos necessários. Prepara o gerador de caracteres e os gráficos eletrônicos para serem adicionados durante a edição.

A importância de se tornar uma identidade visual do programa, o apresentador de televisão tem que saber lidar com eventos inesperados, ter habilidade de improvisar, de pensar e agir rapidamente, e de permanecer consciente do ritmo do programa, comandos do diretor enquanto ainda favorece os movimentos para as câmeras. Deve

¹ BONASIO, Valter. *Televisão: Manual de Produção & Direção*. Editora Leitura. Belo Horizonte. 2002. p.25.

reconhecer o impacto da dimensão do vídeo na sua aparência e ações.

Editor de Áudio/Vídeo tem uma grande influência na comunicação e na qualidade final de um programa.

Segundo Harris Watts: “a chave da edição é descobrir o ponto preciso onde a tomada-de-cena começa a ficar interessante e o ponto preciso onde ela deixa de ser interessante. Todas as tomadas têm um tempo de vida real”.¹

Na pós-produção, o diretor juntamente com o editor, controla onde deve ocorrer um corte de imagem ou fala dos personagens. A edição permite refazer vários *takes*, substituindo uma imagem pela outra; ou seqüências para corrigir erros feitos na produção.

Segundo Valter Bonasio: “a edição se tornou um elemento tão essencial no processo de produção que é difícil imaginar um programa que não a utiliza de algum modo ”.²

A edição envolve a seleção e a seqüência das partes de um programa, que contribuem mais efetivamente para esclarecer e intensificar a mensagem. No entanto, o editor tem uma grande influência na comunicação, na qualidade final de um programa. Para isso, é preciso ter um entendimento de como melhor usar e de como tirar o melhor resultado que o recurso da edição oferece.

Existem dois tipos de sistemas de edição computadorizados: linear e não-linear.

Segundo Luciana Bistane: “a edição linear é feita com equipamento em que é preciso rodar a fita para selecionar imagens que serão usadas. Ao contrário da linear, a edição não-linear permite acesso direto às imagens, por utilizar equipamentos digitais em que as cenas são armazenadas em computador”.³

Na edição linear todo o material é gravado em fita *master* de edição na ordem do começo ao fim. Esse método para ser reeditado, leva mais tempo, e apresenta poucas ferramentas. Enquanto, o sistema de edição não-linear permite o acesso

¹ WATTS, Harris. *On câmera – O curso de produção de filme e vídeo da BBC*. São Paulo: Summus editorial, 1990. p.85.

² BONASIO, Valter. *Televisão: Manual de Produção & Direção*. Editora Leitura. Belo Horizonte. 2002. p.279.

³ BISTANE, Luciana. BACELLAR, Luciane. *Jornalismo na TV*. Editora Contexto. São Paulo, 2005.p.133.

irrestrito e imediato a materiais de fonte, podendo encurtar, alongar qualquer *take* – cena, dentro de uma edição pronta, sem alterar o que está decidido; além de facilitar o trabalho do editor em ter a liberdade para manipulação das imagens, textos, gráficos, cortar e colar.

Portanto, produzir um programa de televisão seja de qualquer gênero, não é tarefa fácil. A importância das subdivisões das equipes, tendo em vista, a organização, o comprometimento e a responsabilidade de cada integrante em desenvolver sua atividade, são os requisitos fundamentais para o sucesso de um programa de qualidade.

5. DIÁLOGO BRASIL

Em outubro de 2003, surge o programa ***Debate Nacional***, que era exibido pela TV Nacional e Nacional Brasil - NBR. Com o seu reconhecimento, começou a passar na Rede Pública de Televisão, ficando no ar com este nome até 21 de abril de 2004. A equipe de produção procurou reformular a estrutura do programa, com uma reestréia, apresentando o cenário novo, vinhetas novas e um novo nome. Chegou-se a pensar no nome Diálogo Nacional, mas já existia um programa com esse nome. O nome "diálogo" também induz ao pensamento de que o programa é reflexivo e não é obrigatória a divergência entre os convidados, podendo haver "debate" e divergência. (anexos V-VI).

No final de abril de 2004, estreou o programa ***Diálogo Brasil***, o primeiro programa transmitido de Brasília para a Rede Pública de Televisão, formada por 20 canais educativos e com alcance em 822 pontos de retransmissão com a tv aberta e a cabo - NBR. Produzido pela TV Nacional de Brasília em parceria com a TV Cultura de São Paulo e a TVE Rede Brasil do Rio de Janeiro, o programa é ancorado pelo jornalista Florestan Fernandes Júnior e recebe um ou dois convidados no estúdio de Brasília, um convidado em São Paulo e outro no Rio de Janeiro. Os dois convidados - SP e RJ - aparecem nos dois plasmas (um do lado direito e o outro no esquerdo), escutam os outros convidados por meio do ponto eletrônico e conversam como numa videoconferência. Essa fórmula de integrar convidados de estados diferentes num debate não é inédita (como exemplo o programa Observatório da Imprensa, da TV Nacional), mas é nova. (anexo IV).

Segundo Emílio Prado: "a fórmula mais completa, dinâmica, ágil e atraente de polemizar no rádio ou na televisão é a mesa-redonda. Nela participam representantes de diversos pontos de vista sobre o tema a ser debatido. Os pontos de vista expostos podem ser contrapostos ou complementares". ¹

As três emissoras responsáveis pelo Diálogo Brasil acreditam que estão

¹ PRADO, Emílio. *Estrutura da informação radiofônica*. São Paulo: Summus editorial, vol 31, 1989. p.91.

colaborando para um ambiente mais plural e democrático na comunicação pública. Com a diversidade de opiniões, o programa é divulgado pelo *site* da Radiobrás: www.radiobras.gov.br, da TV Cultura de São Paulo e TVE Rede Brasil do Rio de Janeiro. No dia do programa é colocado um link na *home page*, ressaltando o tema e seus convidados. Enquanto, nas quintas-feiras são mostrados os resultados das questões debatidas. O Diálogo Brasil é exibido ao vivo nas quartas - feiras, às 22h30, com duração de uma hora e quem ganha é o cidadão, que pode participar por fax, telefone ou e-mail. Nos sábados, é reapresentado às 22h, somente nas duas emissoras: TV Nacional e TV NBR, para que os telespectadores possam rever as questões debatidas no programa. A equipe do programa tem um espaço na sala do telejornalismo, no prédio sede da Radiobrás, na 702 Norte, compartilhando as mesmas instalações e unidades móveis. (anexo VII).

5.1. Preparando o programa Diálogo Brasil

A produção diária é a seguinte: a diretora do programa Lize Baily e a produtora e jornalista, Flávia Menani, produzem a pauta, fecham as entrevistas de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília. Com base nisso, discutem a pauta com o apresentador, Florestan Fernandes Júnior, com o Diretor de Jornalismo, José Roberto Garcez e ouvem as sugestões dos integrantes da produção. As pautas do programa são pensadas através das informações dos jornais, dos *releases* da imprensa, das organizações não-governamentais, dos ministérios e das secretarias federais. Tudo o que pode ser de interesse público vira debate. Umas são baseadas nas ações do Governo Federal, outras em encontros e congressos.

Segundo Emílio Prado: “O jornalista tem um papel fundamental na mesa-redonda. Em primeiro lugar selecionando aqueles personagens mais representativos, que tenham mais informação e por sua vez tragam maior interesse à mesa-redonda”.¹

¹ PRADO, Emílio. *Estrutura da informação radiofônica*. São Paulo: Summus editorial, vol 31, 1989. p.91-92.

Este gênero usado em programas de debates, transmitidos ao vivo, exige um conhecimento profundo do tema por parte do mediador. Ao contrário, corre-se o risco de acabar a mesa-redonda sem se tratar o tema proposto pelo diretor do programa.

Os convidados são escolhidos de acordo com o poder de decisão e conhecimento sobre determinado tema. Obviamente, chama-se o número um de cada tema e passa-se para o segundo, de acordo com a disponibilidade de vir ao programa. Se vai falar sobre as negociações do Brasil com a Argentina, por exemplo, preferimos o Ministro do Desenvolvimento, Luiz Fernando Furlan, mas se ele não vem, podemos chamar o Executivo Márcio Fortes, ou ainda, o Ministro das Relações Exteriores e os interessados diretos no tema, que representam os exportadores (Presidentes e Diretores de Federações), ou ainda, os próprios empresários interessados. Há ainda a possibilidade de chamar os acadêmicos. Uma mesa interessante congrega pessoas conhecedoras do tema, mas que têm pontos de vista diferentes, para ter uma visão geral do que se está discutindo. Se os principais convidados não se disponibilizam a falar do assunto, cabe à direção do programa mudar o tema proposto.

Em cada programa são inseridos *vts* de reportagens, para ilustrar o que está sendo proposto naquele dia. Já foi avaliada até a possibilidade de fazer povo-fala, por achar que determinados assuntos não podem ser tratados de forma superficial porque poderá parecer "leviano", mas a idéia foi recusada. Afinal, para os diretores, o maior trunfo não é a grande audiência, mas a credibilidade. Essa é a finalidade do Diálogo Brasil: formar opinião.

Segundo Emílio Prado: "o objetivo fundamental do debate em suas diversas formas consiste em fornecer dados à opinião pública sobre temas que afetem diretamente".¹

Programas com temas distintos como: O combate à lavagem de dinheiro, aborto em fetos anencefálicos, marketing político nas eleições de 2004, o papel do Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social, a questão carcerária no Brasil, ciência e

¹ PRADO, Emílio. *Estrutura da informação radiofônica*. São Paulo: Summus editorial, vol 31, 1989. p.91.

tecnologia *versus* soberania nacional consistem em fornecer dados à opinião pública, obtendo bons resultados naquelas ocasiões no qual a polêmica gira em torno de um tema que afeta diretamente a vida cotidiana. (anexo I)

Em virtude do Dia Internacional da Redemocratização da Comunicação no Brasil, 17 de outubro, contra a má qualidade dos programas que são exibidos na televisão brasileira, a TV Nacional realizou no dia do protesto, um Diálogo Brasil especial. Sendo excepcionalmente neste dia, as emissoras públicas, estatais como a TV NBR, legislativas, comunitárias e universitárias retransmitiram o debate de 1 hora de duração, com o propósito de discutir os rumos e os problemas da televisão brasileira. (anexo VIII).

No dia do programa, toda a equipe operacional está presente. Antes de entrar “ao vivo”, a diretora, Lize Bainy discute com o apresentador, Florestan Fernandes Júnior, os principais tópicos a serem debatidos. Enquanto os dois produtores da equipe encaminham os convidados para maquiagem, solicitam café, abrem sala vip, ligam para os convidados para saber se estão a caminho.

Ao iniciar um programa, a introdução atrai a audiência, estabelece o assunto e o estilo do programa, apresenta os personagens e prepara o conflito ou problema. Em alguns casos, o começo deve conter um gancho para prender o telespectador. O desenvolvimento dá a idéia do fato e não sua ação, em contraste com a reportagem simultânea.

Segundo Emílio Prado: “o debate é a forma mais viva da polêmica. Nele se produz um enfrentamento aberto de duas posturas opostas. Do debate devem surgir os dados necessários para justificar cada postura e, em consequência, para esclarecer o tema polêmico. Do resultado do debate surgirá o posicionamento do público ao lado de uma postura ou de outra. Este posicionamento nem sempre é definido ou definitivo”.¹

O jornalista Florestan Fernandes Júnior no Diálogo Brasil, faz o papel de moderador. Abre-se o debate com uma introdução ao tema, breve e sugestiva. Depois dela, a identificação dos participantes e a justificação de sua presença de forma rápida e concisa. No programa, o apresentador segue o modelo padrão de abertura quando diz: “A partir deste momento 20 canais formam a Rede Pública de Televisão e, ao vivo, transmitem para 822 pontos em todo o país, o Diálogo Brasil: um programa da

TV Nacional de Brasília, em parceria com a TV Cultura de São Paulo e a TVE Rede Brasil do Rio de Janeiro. Hoje nós vamos discutir o assunto..... Nossos convidados aqui em Brasília são..., na TV Cultura de São Paulo, o convidado e a sua função, e na TVE Rede Brasil, o convidado e a sua profissão.”

O corpo do programa segura e aumenta o interesse dos telespectadores pelo assunto. Isto pode ser feito em um drama com o desenvolvimento dos personagens, apresentação de novos personagens, adição de complexidade à trama, ou intensificação do conflito.

A primeira rodada de exposições, que ocorre no primeiro bloco, na qual os convidados se definem sobre o tema proposto, deve ser breve e com um tempo igual para todos. Enquanto, o programa está sendo transmitido, são anunciados dois meios de comunicação que podem ser utilizados pelos telespectadores, para que possam participar do diálogo, por meio do telefone / fax ou pelo e-mail. Dos dois produtores que acompanham no estúdio, na Radiobrás, um fica ao telefone / fax, recebendo as perguntas e outro no e-mail. Eles são responsáveis por encaminhar as questões para a diretora. Com base nisso, confere para não deixar passar perguntas ofensivas ou que não tenham a ver com o debate.

Segundo Nilson Lage:

“ Há uma relação interesse jornalístico e abrangência do público para uma informação. Quanto maior o interesse jornalístico, maior a abrangência do público a que a informação se possa destinar. Já a comunidade envolvida na especialidade será motivada não tanto pelo aspecto jornalístico de uma informação, mas por suas implicações puramente técnicas. O material jornalístico caracteriza-se, em tese, por sua atualidade, universalidade, periodicidade (durabilidade limitada) e difusão, mas o que mais o identifica é a estruturação retórica em torno de pontos de interesse jornalístico ”.²

¹ PRADO, Emílio. *Estrutura da informação radiofônica*. São Paulo: Summus editorial, vol 31, 1989. p.93.

² LAGE, Nilson. *A reportagem- teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro e São Paulo: Record, 2001. p.113-114.

Como o telespectador participa de forma indireta, a produção chega a surpreender com os temas sugeridos. Alguns já chegaram a "pautar" um bloco inteiro de debate, durante o *break comercial* de 2 minutos. A sua participação é de extrema importância pelo fato de dar uma noção do que estão pensando sobre o assunto e a audiência, pois em alguns programas, o telefone e e-mail não dão conta de receber todas as participações. Os mais polêmicos, como aborto; a redemocratização na televisão; a gravidez precoce, aborto e planejamento familiar, provocam um maior número de participações. (anexo IX).

No segundo e terceiro bloco, as perguntas são entregues para Florestan Fernandes Júnior que faz a leitura, e debate com seus convidados. Nem sempre é necessário que intervenham todos os convidados nesta rodada. Depois da primeira exposição se abrirá um turno de refutações, se for necessário. O moderador dará espaço para as intervenções e dele dependerá a fluidez, que nenhum convidado monopolize o microfone e que o tema não se desvie. A maioria dos convidados, por serem especialistas ou partidários, tende a intervir com a frequência e com extensão. O moderador solicitará a cada momento a opinião do participante que possa matizar os dados levantados em outras intervenções e pedirá explicações sobre o fato relatado pelo telespectador.

É importante ressaltar que o moderador não participa do debate com sua opinião pessoal. A introdução de novos aspectos citados na mesa também é responsabilidade sua e não deixará que o tema central se perca. Além de ter o controle entre os convidados, evitando assim uma expressão caótica que represente um ruído para a mensagem. No entanto, seu êxito consiste em provocar um enfrentamento entre os convidados.

Um dos aspectos comentados, pelo educador Luiz Barco e o teólogo Pe. Fernando Altemeyer Júnior, em entrevista com o jornalista Florestan Fernandes Júnior no programa Terceiro Milênio foi à idéia de que "hoje o telejornalismo tem uma independência total para falar o que quer". Esse comentário causou oposição por parte do jornalista que afirmou que o telejornalismo ainda está limitado aos interesses políticos e comerciais. No entanto, o papel do jornalista é colocar a informação de

maneira que o telespectador tenha sua própria conclusão. Não se pode querer impor a sua opinião a ele.

No encerramento, o programa deve finalizar com um objetivo alcançado. O moderador encerra a mesa-redonda com um breve resumo das posições encontradas. A idéia é deixar o telespectador bem informado, e esclarecido sobre um determinado assunto, seja de interesse pessoal ou social. Por isso, o programa Diálogo Brasil cumpre seu papel de estimular e provocar o interesse e a necessidade de se ampliar o conhecimento dos fatos, podendo acreditar no poder motivador da televisão enquanto meio de informação.

Como o programa Diálogo Brasil tem um tempo de duração de uma hora, seu horário de produção tem que ser preenchido, já que qualquer alteração na sua duração implica mudanças na programação da própria emissora. Por isso o imediatismo está relacionado diretamente com a questão do tempo na televisão. Portanto, essa é a maior preocupação do editor-chefe: organizar os assuntos debatidos para evitar dificuldades no fechamento, então, cabe ao apresentador encurtar ou alongar as perguntas, caso perceba que o entrevistado realmente responde ou não de forma imediata.

O produtor tem menos controle do que em qualquer outro método de produção, embora o imediatismo, sua interatividade e a imprevisibilidade das transmissões que acontecem apenas na televisão ao vivo, possam aumentar o interesse do público. O ritmo dos programas com transmissões ao vivo é um elemento delicado, ao qual o produtor e o diretor devem dedicar muita atenção. As necessidades e as preferências dos telespectadores são fatores importantes a serem considerados. O público alvo pode ser um grupo bem pequeno e específico de pessoas que são facilmente identificáveis, ou pode ser uma grande massa de indivíduos com perfis variados. Por isso, é considerado um dos desafios para o editor-chefe, propor uma solução de como moldar o conteúdo e a apresentação do programa para que ele seja mais efetivo para essas pessoas.

Outro aspecto importante ressaltado por Florestan Fernandes Júnior, em entrevista ao programa Terceiro Milênio, é a qualidade dos programas da televisão brasileira. O jornalista afirma que há uma carência no conteúdo dos programas, chegando a perguntar: o que eles acrescentam na cultura brasileira?. Para isso,

questiona que o próprio governo deveria estipular alguns limites na TV brasileira, sendo um meio de maior cobertura nos lares brasileiros. No entanto, é possível fazer programas populares discutindo temas interessantes, utilizando a linguagem popular e mostrando os valores da riqueza cultural do país.

Com o programa gravado em mãos, a diretora faz a edição com o operador de edição, para que possa ser exibida a reapresentação, no sábado, às 22h. Finalizada a edição, é passada a cópia para os chefes de programação das duas emissoras: Jocundo Parente - TV Nacional e Luiz Carlos - TV NBR, que irá solicitar a produção da chamada, a Divisão de Produção. Por isso, é encaminhado ao estagiário, e iniciado o processo de produção de chamada.

5.2. Produção de chamadas

Segundo Pedro Maciel: “a chamada é um texto que antecipa os assuntos de destaque do telejornal ou programa como forma de despertar a atenção do telespectador. As chamadas são transmitidas dentro da programação da emissora”.¹

Quando se pretende fazer uma chamada do programa Diálogo Brasil, costuma-se pensar no enfoque que se quer dar àquele tema e que resuma o que vai ser debatido. Por ser um programa de televisão, o texto deve ser coloquial e objetivo, pois esse é o desafio de ser sucinto, sem ser leviano. (anexo III).

Com base na estrutura televisiva e no regimento interno da empresa - Artigo 69, a Divisão de Produção – DIPRO, é responsável em coordenar, acompanhar e controlar a execução e produção de peças televisivas institucionais, de utilidade pública e educacional, além de programas, documentários, programas especiais e shows para as emissoras de TV e clientes, bem como elaborar, produzir chamadas, vinhetas, textos, organizar, coordenar, e supervisionar o uso e o horário da pós-produção e da computação gráfica.

¹ MACIEL, Pedro. *Jornalismo na televisão*. Sagra. Porto Alegre, 1995.p.105.

As atividades desenvolvidas pelos estagiários estão associadas à elaboração de textos para televisão, criação de vinhetas, produção de chamadas para as duas emissoras: TV Nacional e TV NBR; e a coerência da linguagem verbal e visual, na produção de peças televisivas.

O processo de produção da chamada é composto por quatro etapas. A primeira é a compreensão do assunto do programa. Com base nisto são destacados pontos principais que serão debatidos pelo apresentador e seus convidados. A segunda é a criação do texto sucinto, coloquial e objetivo. Este deve seguir o padrão de cada emissora. Por exemplo, na TV NBR o formato da chamada é: Assista na NBR..., em seguida, o texto específico, o nome do programa, o dia da semana, as edições-horários e por fim, a assinatura e o slogan - A TV do Governo Federal. Enquanto na TV Nacional, seu formato é: Nesta...(dia da semana), na TV Nacional, em seguida, o tema específico, o nome do programa, as edições - horários, a assinatura, e o slogan - Brasília é diversidade, a TV Nacional também. O tempo solicitado da chamada é de 30". A terceira etapa é o encaminhamento do texto para a gravação. O locutor faz a gravação de áudio, com BG (trilha sonora do programa específico junto à locução) e sem BG (apenas a locução). Com a chegada do áudio, pelo sistema MP3 é liberado para a ilha de edição, onde o editor grava o áudio para a produção da chamada. A quarta etapa é o acompanhamento do supervisor, do estagiário junto ao editor para a montagem das imagens que serão retiradas do programa.

De acordo com a grade de programação, o programa pode ser exibido ou não para as duas emissoras que apresentam o padrão visual diferenciado. Na TV NBR são colocados tarjas na parte inferior e superior da televisão, com a logomarca no canto direito. A tarja na parte inferior é passada o *crawl* em movimento anunciando o nome do programa, horário e dias de exibição. Quanto ao padrão da TV Nacional, a imagem é aberta, e se encerra dentro de um mosaico à esquerda, o lado o horário é exposto na parte superior, à direita sem movimento e abaixo o slogan, colocado sobre o plano de fundo verde, sendo a cor institucional. Todas as chamadas finalizam com a assinatura da respectiva emissora. A quinta etapa é o processo de aprovação e matrização. Toda produção é passada para os chefes de programação das duas emissoras: Luiz Carlos – TV NBR, e Jocundo Parente – TV Nacional, e encaminhada para autorização do Chefe

do Departamento de Operações de Televisão - José de Arimatéia. Sendo aprovada é matricizada pelos técnicos de operações e estruturada no roteiro da programação.

Participar do processo de gravação e da produção de chamadas do programa contribui para o fortalecimento de idéias para a elaboração do texto, adquirindo as técnicas de produção para TV, seja na parte de redação, ou na criação de peças televisivas. A importância de uma emissora reservar um espaço especial para o diálogo com seu público transforma-se num canal aberto para o intercâmbio de idéias, esclarecimentos e conhecimentos. (anexo III).

6. ENTREVISTA EM TELEVISÃO

A entrevista em televisão tem o poder de transmitir a exposição da intimidade do entrevistado. Os gestos, o olhar, o tom da voz, o modo de se vestir, influenciam o telespectador. Esses maneirismos também mudam a ação do entrevistador, na medida em que adquire experiência consegue tirar do convidado mais do que ele gostaria de dizer.

Segundo Walter Sampaio:

“A entrevista é, fundamentalmente, a indagação de alguém sobre assunto de interesse geral, visando ao maior esclarecimento do público. Duas figuras, como se percebe, devem estar cercadas do maior respeito e da máxima atenção: o entrevistado, representando o fato ou o assunto e, portanto, no primeiro plano, e o público, o objetivo final da entrevista. Quanto ao entrevistador, a exemplo do repórter, continua na posição de intermediário entre o primeiro e o segundo”.¹

No programa Terceiro Milênio, no qual discute o futuro do telejornalismo, o especialista e educador Luiz Barco pergunta ao entrevistador Florestan Fernandes Júnior, qual é o mais fácil: “ser entrevistado ou ser entrevistador”?. O jornalista afirma que ser entrevistado é mais fácil, pois o entrevistador, para fazer uma pergunta, tem que ter preparo. Antes de fazer qualquer entrevista, seja no programa ao vivo, ou não, o entrevistador precisa realizar um levantamento das notícias que sejam de referência para o entrevistado, ter uma conversa antes sobre o que será discutido, assim facilitando que o entrevistado possa responder as perguntas com mais segurança. Para isso, não se pode fazer uma pergunta sem embasamento.

¹ SAMPAIO, Walter. *Jornalismo Audiovisual: Teoria e prática do jornalismo no rádio, tv e cinema*. São Paulo: Editora Vozes, 1971. p. 103.

Segundo Heródoto Barbeiro: “boas entrevistas são as que revelam conhecimentos, esclarecem fatos e marcam opiniões. Quando isso acontece a notícia avança e abre espaços para novas entrevistas e reportagens”.¹

Por isso, no programa de debate, o mediador deve, na maior parte do tempo, colocar-se no lugar do telespectador e perguntar aquilo que considera mais importante sobre o assunto pautado. Além de estar preparado para a mudança no ritmo da entrevista. Uma resposta pode levar o assunto para um tema mais importante que o preestabelecido.

Segundo Nilson Lage: “uma entrevista conduzida corretamente é precedida de troca de cumprimentos e de palavras sobre qualquer assunto, provavelmente sobre a entrevista, que tem função fática, isto é, objetiva, estabelecer o contato nos termos pretendidos”.²

Os entrevistados devem ser tratados com respeito, mas sem formalismos e têm o direito ético de não responder a determinada pergunta e até mesmo de não dar entrevista. O que o jornalista pode fazer é usar sua inteligência para conseguir declarações que contenham notícias ou esclarecimentos, utilizando os princípios éticos da profissão.

A entrevista não é debate. No entanto, é preciso tomar cuidado para que um bate-boca não confunda o telespectador. Ela não é um confronto de opiniões entre o jornalista e o entrevistado.³

De acordo com Heródoto Barbeiro, o Diálogo Brasil não é um programa de entrevista, pois há confronto de idéias e opiniões. O programa tem o objetivo de expor um tema em mesa-redonda e definir convidados que possam colocar a sua opinião sobre o determinado assunto de interesse nacional, transparecendo as posições de diversos segmentos da sociedade. O jornalista e mediador do programa Florestan Fernandes Júnior tem que estar atento sobre o que está acontecendo no país, por meio

¹ BARBEIRO, Heródoto. LIMA, Paulo Rodolfo de. *Manual de Telejornalismo: Os segredos da notícia na TV*. Campus. Rio de Janeiro, 2002.p.86

² LAGE, Nilson. *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Editora Record. Rio de Janeiro e São Paulo. 2001. p.79.

³ BARBEIRO, Heródoto. LIMA, Paulo Rodolfo de. *Manual de Telejornalismo: Os segredos da notícia na TV*. Campus. Rio de Janeiro, 2002.p.86.

dos veículos de mídia impressa e eletrônica. Estar preparado sobre o assunto é o fundamental, para não demonstrar insegurança no momento da pergunta. Isso não pode acontecer, pois perde a credibilidade do programa.

Sendo o diálogo entre o jornalista e o entrevistado, a entrevista tem a finalidade de obter informações de interesse público. As respostas devem ser claras. Na dúvida, deve-se pedir para o entrevistado explicar melhor a idéia sobre o tema abordado. (anexo X).

Portanto, a entrevista é um procedimento de apuração junto a uma fonte capaz do diálogo e informações relevantes ao interesse do público. Sua qualidade está em função do trabalho preparatório. Na elaboração do questionário de perguntas devem ser considerados: o conteúdo e a personalidade do entrevistado. No decorrer de uma entrevista o que importa é o fato que está sendo examinado do assunto pautado. No entanto, a entrevista televisiva devassa a intimidade do convidado, a partir de dados como seus gestos, seu olhar, a expressão facial e o ambiente. Para isso, revela aspectos positivos da entrevista em televisão; como a presença da imagem do entrevistado, sendo este considerado uma “estrela” que se expõe na percepção da mensagem e atribuição de intenções.

6.1. Entrevista

Sendo um dos objetivos desta entrevista em conhecer a concepção do jornalista Florestan Fernandes Júnior, que assume o papel de destaque no formato do programa, como mediador e por apresentar atributos que definem a identidade do programa, assim será possível verificar as suas habilidades diante a uma entrevista. Além disso, a entrevista com o presidente da Radiobrás, Eugênio Bucci e a diretora Lize Bainy. Confira!

FLORESTAN Fernandes Júnior, nasceu em São Paulo. Formado em Jornalismo em 1977, foi repórter da Folha de São Paulo e do Jornal da Tarde. Atuou como repórter das TVs Globo, Cultura e Manchete. Comentarista de política do Jornal da Manchete e do Jornal da Gazeta, apresentador dos programas: Jornal da Cultura, Opinião Nacional,

Jornal da Manchete edição da tarde, Jornal da Manchete, Programa de Domingo, Jornal da REDETV. Responsável por documentários sobre as trajetórias políticas de Mário Covas e Fernando Henrique Cardoso. Em 1997 recebeu o prêmio Simón Bolívar de Jornalismo, pelo documentário Cuba: turismo de saúde. Foi durante dois anos debatedor convidado do Observatório da Imprensa, na TVE Brasil. Apresentou ao lado de Salete Lemos o Jornal da Tarde da rádio Eldorado; e na rádio Nova FM e Musical o programa Estilo de vida com Florestan Fernandes. Em 2000, publicou junto com Nelma Salomão e Alberto Dines a coleção Histórias do Poder, 100 anos de Política no Brasil da editora 34. Em 2003, é convidado para conduzir o programa Debate Nacional, que sofreu algumas reformulações no seu formato, passando a ser chamado Diálogo Brasil, considerado um dos programas de grande repercussão nas emissoras na rede pública de televisão, formada por 20 canais espalhados pelo Brasil, entre elas a TV Cultura de São Paulo, TVE Rede Brasil do Rio de Janeiro, sendo co-produtoras do programa e a TV Nacional de Brasília, que gera o sinal do programa pela TV NBR, para 822 pontos de transmissão em todo o país.

01) Como surgiu a idéia do programa Diálogo Brasil?

Florestan Jr. A idéia do Diálogo Brasil foi do jornalista e presidente da Radiobrás, Eugênio Bucci. É um programa para fazer parte da Rede Pública de Televisão e da TV Cultura de São Paulo e TVE Rede Brasil do Rio de Janeiro, emissoras que participaram da discussão do programa. Ele faz parte de uma grade de programação, que apresenta programas consagrados como o Roda Viva e o Observatório da Imprensa.

02) Qual é a finalidade do Diálogo Brasil?

Florestan Jr. A finalidade do Diálogo Brasil é a de abrir as portas dos gabinetes e trazer para o telespectador a discussão aberta entre pessoas que detêm o poder, ou podem interferir em áreas de interesse do país.

03)O Diálogo Brasil atende o interesse do público?

Florestan Jr. Essa é uma preocupação do programa. Trazer para debate temas de relevância para o Brasil e para o dia-a-dia do cidadão.

04)Há uma diferença entre um programa de entrevista e o de debate. Qual é a importância de ser o mediador do Diálogo Brasil, e para a sociedade?

Florestan Jr. No programa de entrevista, uma ou mais pessoas questionam um personagem. No debate existe o confronto, abre-se um leque de idéias diferentes para um mesmo problema. Isso é interessante para o telespectador que passa a ter acesso à multiplicidade de pensamentos. A importância de ser o mediador de um programa como o Diálogo é o de estar no centro de um debate de interesse nacional. Para a sociedade é poder acompanhar e participar de discussões que mexem com a vida de todos nós.

05) Quem é o público do Diálogo Brasil?

Florestan Jr. É muito difícil dizer quem é o público do Diálogo Brasil. Certamente tem formadores de opinião, mas também pessoas preocupadas com o futuro do nosso país. Além disso existe um público “flutuante” que assiste eventualmente ao programa dependendo do tema.

06) Há alguma novidade no formato do programa para tornar mais próximo do público?

Florestan Jr. Acredito que o formato do Diálogo ainda esteja em processo de formação. A bancada torna o programa “duro” sem muita mobilidade. Porém, o programa ficaria mais “leve” se os convidados sentassem em poltronas, e o mediador tivesse a liberdade de andar no estúdio e conversar mais de perto com o telespectador.

07)Quais foram as edições mais polêmicas que geraram uma grande repercussão?

Florestan Jr: Os programas com maiores repercussões são sempre os que trazem Ministros de Estado. Como o da discussão sobre a economia com o Antônio Palocci, Horacio Lafer Piva e Armínio Fraga; Reforma Universitária que teve a participação do Ministro Tarso Genro; Reforma Sindical com o Ministro do Trabalho Ricardo Berzoini. E os que tiveram grande participação dos telespectadores foram temas mais fortes como: o projeto de desarmamento; a violência entre os jovens; questões éticas do uso de embriões de células tronco; a gravidez precoce, aborto e planejamento familiar.

08)Como conduzir um programa de debate?

Florestan Jr: Para conduzir um programa de debate o jornalista tem que estar bem informado e ler muito sobre o assunto. É necessário também democratizar o tempo e trazer questões de interesse da maioria dos telespectadores.

09)Quais os meios de divulgação do programa?

Florestan Jr: O programa é divulgado pela Radiobrás, TV Cultura de São Paulo e TVE Rede Brasil do Rio de Janeiro, através da internet e da programação de rádio e televisão. Dependendo do assunto e dos convidados existe a possibilidade de ser divulgado também em rádios privadas e grandes jornais impressos.

10)O Diálogo Brasil é veiculado pela Rede Pública de Televisão, entre elas a TV Cultura, a TVE Brasil sendo co-produtoras do programa. Atender essa função educativo-cultural da televisão e estar a serviço dos valores da educação e da cultura, pode ser considerado um mérito para quem produz um programa de qualidade e para quem apresenta?

Florestan Jr: Fazer um programa educativo-cultural não seja um mérito em si, e sim uma obrigação da televisão pública e deveria ser um compromisso de todos que trabalham e nessas emissoras.

11) A entrevista é um procedimento de apuração junto a uma fonte capaz do diálogo e informações relevantes ao interesse do público. Há diferença entre fazer uma entrevista a distância, pela videoconferência, e uma entrevista no estúdio?

Florestan Jr: O Diálogo Brasil tem um perfil muito parecido com uma Videoconferência, mas é diferente na medida em que você trabalha com a participação dos telespectadores e com os vts de reportagem. A informação jornalística é a marca do programa. Não é apenas um bate papo, mas um debate de idéias.

11) Como romper a barreira do tempo, em relação ao direito à resposta dos convidados?

Florestan Jr: É importante garantir o direito de resposta dos participantes, sempre que algum convidado queira responder ao outro participante é garantido esse direito. Isso é ponto fundamental no jornalismo.

12) Com a novidade de inserir uma reportagem para ilustrar o que está sendo proposto na pauta do programa, pode-se dizer que o Diálogo Brasil explora as linguagens da televisão?

Florestan Jr: Os vts de reportagem ajudam a explorar melhor o tema do programa, trazendo para o telespectador mais dados sobre o tema do programa. Serve também como “um respiro” para o programa. Sai um pouco do estúdio e vai pra rua.

13) O que é mais relevante no programa Diálogo Brasil de acordo com seu modo de produção?

Florestan Jr: O mais relevante é o fato de tratarmos de assuntos de interesse nacional acompanhando os fatos do país. Existe a procura do factual no programa, isso o torna mais atual.

A entrevista a seguir, mostra a concepção da diretora Lize Bainy e do presidente da Radiobrás, Eugênio Bucci, que acompanharam toda a trajetória do programa, sendo os principais responsáveis pelo sucesso do Diálogo Brasil.

01) O programa apresenta um alto índice de audiência, nas emissoras TV Nacional e TV NBR. Todas quartas-feiras, são exibidas o Diálogo Brasil “ao vivo”, que discute um tema relevante do cenário nacional e aos sábados à sua reapresentação. Qual é a possibilidade de aumentar sua exibição semanal, podendo apresentar novos temas distintos?

Eugênio Bucci: O diálogo é um programa da rede pública de televisão. Qualquer alteração nesse horário dependeria de uma nova decisão da associação das emissoras educativas, públicas e culturais. Por enquanto, ter o programa mais de uma vez por semana não está no nosso horizonte. Nem pensamos nessa possibilidade.

02) Como lidar com a questão do “furo” entre os convidados no momento exato do programa? Há sempre um convidado “reserva”?

Lize Bainy: Nunca tivemos problema de entrevistados que não comparecem. Na história do programa há registro de convidados que por algum motivo não podem comparecer, mas avisam com alguma antecedência. Já ocorreu de ficar vaga no programa, porque a pessoa avisou muito em cima do prazo ou por opção da direção do programa em não fazer a substituição. Trabalhamos de forma a evitar falta do convidado. Fazemos o contato, pedimos certeza e, além de conversarmos por e-mail com o convidado ou assessores, no dia do programa, a produção volta a ligar para confirmar. Sempre temos o celular do entrevistado(a) que vai estar na noite da exibição. Uma ou duas horas antes do horário marcado para chegada dos convidados, um produtor entra em contato direto e monitora o deslocamento da pessoa em Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo.

No desenvolver desta entrevista, foi possível verificar a importância do mediador Florestan Fernandes Júnior no Diálogo Brasil, tendo uma participação efetiva na execução do processo de produção, e o seu papel como entrevistador apresentando

virtudes como segurança, capacidade gerencial entre seus convidados, estimular o debate ou as respostas, controlar o ritmo do programa, além de ter perfil que defina a identidade do programa. Portanto, a concepção dos principais integrantes responsáveis pela formação do Diálogo Brasil reflete no sucesso, sendo o resultado da parceria de todos os integrantes envolvidos na produção, com a proposta de levar ao telespectador um programa de debate sério, que aborda temas e atenda o interesse do grande público.

CONCLUSÃO

Com as pesquisas feitas para compor este trabalho, percebe-se que a televisão é um meio de comunicação de grande mobilização social. Por isso conta com a diversidade de programas como o Diálogo Brasil e telejornais com o objetivo de entreter, divulgar e informar fatos que são de extrema importância para a sociedade.

Segundo Harris Watts:

“ Os programas de televisão têm dois objetivos: entreter e informar. O primeiro, refere-se ao poder de interessar, surpreender, divertir, chocar, estimular ou desafiar a audiência, mas despertar sua vontade de assistir. O segundo, possibilita até o final da exibição do programa, que o telespectador saiba um pouco mais do assunto do que ele sabia no começo do programa ”.¹

O Diálogo Brasil apresenta característica de ser um programa informativo com enfoque jornalístico e não de entretenimento. Pode-se verificar que a estrutura do seu roteiro se divide em três partes: abertura (estabelece o assunto com o roteiro de perguntas feitas pelos diretores e prepara o conflito, chamando a participação dos telespectadores), passagem (desenvolvimento do assunto, o telespectador participa do debate por meio de perguntas – considerado o momento pergunta / resposta) e encerramento (finaliza com um objetivo alcançado, deixando o telespectador informado sobre o assunto).

De acordo com Harris Watts, o Diálogo Brasil atende o segundo objetivo, o de informar, promover, estimular o debate, a consciência sobre a necessidade de colocar a televisão a serviço dos valores como educação, cultura e informação, pois essa é a finalidade do programa: esclarecer o assunto e, com base nisso, fazer com que o telespectador possa interagir.

¹ WATTS, Harris. *On câmera – O curso de produção de filme e vídeo da BBC*. São Paulo: Summus editorial, 1990.

Além disso, o autor verifica que a televisão é surpreendentemente ruim na comunicação de informações detalhadas. Os telespectadores recebem as informações na mesma velocidade e ninguém pode voltar para ler os parágrafos que não compreendeu na primeira vez, como é o caso da mídia impressa.

A importância da imagem no telejornalismo, ressaltada pelos editores de texto e pelo editor-chefe, está associada à necessidade que a informação televisiva tem de representar de forma sintética, breve, coerente e significativa o objeto da notícia.

Segundo Walter Sampaio:

“ Uma das críticas mais comuns que se fazem ao telejornalismo é exatamente quando ele não dosa bem palavra e imagem, perigo sempre presente porque, por sua natureza, a televisão favorece a simultaneidade das imagens visuais e auditivas. O bom texto telejornalístico é aquele que nos ajuda a ouvir o que vemos e não a ver o que ouvimos, porque a imagem visual é, sempre e sempre, mais poderosa”.¹

Estar presente como integrante na equipe do Diálogo Brasil, permite adquirir técnicas e compreender as etapas de produção para televisão, seja; na forma de produzir um programa de debate, ou na criação de peças televisivas, que envolve a redação; a *decupagem* do material audiovisual que será utilizado; a supervisão na edição, sendo esta a função do diretor. No entanto, essas etapas são fundamentais para compreender o que se passa na produção de um programa televisivo.

O processo de produção do programa Diálogo Brasil envolve uma série de técnicas e meios que permitem uma integração entre todas as pessoas engajadas na pré e pós-produção. Por isso, a produção é uma área que exige muito de todos os integrantes com suas respectivas funções, pois todos têm de estar interagindo durante o processo, para o sucesso do programa que entra no ar “ao vivo”.

¹ SAMPAIO, Walter. *Jornalismo Audiovisual: Teoria e prática do jornalismo no rádio, tv e cinema*. São Paulo: Editora Vozes, 1971. p. 72.

A título de ilustração do processo de produção de um programa que entra no ar “ao vivo”, pode-se fazer referência à produção do *Jornal Nacional*. O sucesso desse telejornal não se limita apenas a ser um noticiário que nos remete credibilidade, respeito com o público e veracidade nas informações, mas a sintonia entre as partes integrantes da pós e pré-produção. Todo este preparo é o que faz o *Jornal Nacional* ser líder de audiência no horário nobre. (anexo XI).

Segundo Walter Sampaio:

“O debate é um programa extremamente perigoso para quem dele participa. Certos valores comprovados, certa lógica na exposição de idéias, o próprio senso comum na avaliação de episódios, quando colocados, ortodoxamente, por um querelante, na televisão, podem perder todo o seu significado se o oponente for por exemplo, mais agressivo. O debate desperta no público exposto à televisão sentimentos ocultos de agressividade, pois, no fundo, é um terrível jogo mítico, vencido por aquele que melhor soube explorar os seus símbolos, a pretexto de uma discussão, não importando, no caso, o seu conteúdo”.¹

Analisando a estrutura do Diálogo Brasil, percebe-se que o seu modo de produção, está de acordo com a bibliografia consultada. E, pelo método de observação em campo, foi possível verificar que na mesa-redonda do programa, o mediador Florestan Fernandes Júnior procura evitar que as discussões degenerem ou fujam do tema proposto, além de impedir que as agressões mútuas fiquem no plano pessoal, sendo válida apenas a agressão no plano das idéias, pois esta é a finalidade do programa.

Portanto, trabalhar com televisão é uma corrida contra o tempo. Por isso, a responsabilidade da emissora em oferecer programas de qualidade e telejornais, apresentando maior credibilidade, veracidade na informação; reservando um espaço

¹ SAMPAIO, Walter. *Jornalismo Audiovisual: Teoria e prática do jornalismo no rádio, tv e cinema*. São Paulo: Editora Vozes, 1971. p. 109.

para o diálogo sério com seu público, por exemplo, o Diálogo Brasil. Além disso, a importância dos elementos visuais (cor e plano de fundo com imagens no cenário, chamadas) utilizados para captar a atenção do telespectador. Esses compostos contribuem não só para a reflexão da atividade jornalística, mas para o próprio aperfeiçoamento democrático da sociedade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBEIRO, Heródoto. LIMA, Paulo Rodolfo de. *Manual de Telejornalismo: Os segredos da notícia na TV*. Campus. Rio de Janeiro, 2002.

BISTANE, Luciana. BACELLAR, Luciane. *Jornalismo na TV*. Editora Contexto. São Paulo, 2005.

BONÁSIO, Valter. *Televisão: Manual de Produção & Direção*. Editora Leitura. Belo Horizonte, 2002.

BUCCI, Eugênio. *A TV aos 50*. Editora Fundação Perseu Abramo.

COSTA, Marco Antônio da. BARROZO, Maria de Fátima. *Metodologia da pesquisa: conceitos e técnicas*. Interciência. Rio de Janeiro, 2001.

CUNHA, Albertino Aor da. *Telejornalismo*. Atlas. São Paulo, 1990.

CURADO, Olga. *O dia-a-dia de quem faz telejornalismo*. Alegro. São Paulo, 2002.

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo. Atlas, 1996.

JÉSPERS, Jean Jacques. *Jornalismo televisivo: princípios e métodos*. Mineira Coimbra Editora. 1998.

JÚNIOR, Alfredo Eurico Vizeu Pereira. *Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo*. Coleção Comunicação 2. Porto Alegre, 2000.

JÚNIOR, Florestan Fernandes. *Jornalismo na TV*. Vídeo. Série Educação. Loyola Multimídia, 1998.

LAGE, Nilson. *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Editora Record. Rio de Janeiro e São Paulo. 2001.

MACIEL, Pedro. *Jornalismo na televisão*. Sagra. Porto Alegre, 1995.

MATTOS, Sérgio. *História da Televisão Brasileira*. 2ª edição. Editora Vozes. São Paulo, 2002.

PATERNOSTRO, Vera Íris. *O Texto na TV: Manual de Telejornalismo*. Campus. 12ª Tiragem. Rio de Janeiro. 1999.

RAMPAZZO, Lino. *Metodologia Científica: Para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação*. Edições Loyola. São Paulo. 2002.

REZENDE, Guilherme Jorge. *Telejornalismo no Brasil: Um perfil editorial*. Summus editorial. São Paulo, 2000.

SAMPAIO, Walter. *Jornalismo Audiovisual: Teoria e prática do jornalismo no rádio, tv e cinema*. Editora Vozes. São Paulo, 1971.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. *O mundo dos jornalistas*. 3ª edição, vol 43. São Paulo: Summus editorial, 1993.

WATTS, Harris. *On Câmera: O curso de produção de filme e vídeo da BBC*. Summus editorial. Vol 36. São Paulo, 1990.

ZAHAR, Jorge. *Jornal Nacional: A notícia faz história*. TV Globo. Rio de Janeiro, 2004.

ABEPEC – (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMISSORAS PÚBLICAS, EDUCATIVAS E CULTURAIS) < www.abepec.com.br>

JORNALISMO UFSC < <http://www.jornalismo.ufsc.br>>

RADIOBRÁS < [http:// www.radiobras.gov.br](http://www.radiobras.gov.br)>

TV CULTURA < www.tvcultura.com.br>

ANEXOS

DIÁLOGO BRASIL

Especialista diz que pílula do dia seguinte não é abortiva

A médica Maria José Araújo diz que pílula não age na fecundação e por isso não é abortiva. Na foto, Jamil Simon (monitor) Florestan Fernandes, Maria José Araújo e Dulce Xavier (monitor)

Diálogo Brasil: representante do Ministério da Saúde diz que pílula do dia seguinte não é abortiva

Brasília - Em 2004, cerca de 250 mil internações no Sistema Único de Saúde (SUS) foram motivadas por curetagens pós-aborto, de acordo com dados do Ministério da Saúde. Para a Organização Mundial da Saúde (OMS), no Brasil 31% dos casos de gravidez terminam em aborto.

O assunto foi discutido nessa quarta-feira (16) durante o programa **Diálogo Brasil**, que teve como tema a nova política de Planejamento Familiar, a ser lançada na próxima semana. Também foram abordados a distribuição gratuita de anticoncepcional de emergência, conhecido como pílula do dia seguinte, e a norma que permite aborto em caso de estupro sem a necessidade de boletim de ocorrência. O Diálogo Brasil é transmitido em rede pública de televisão gerada pela **TV Nacional**.

Segundo a coordenadora da Área da Mulher do Ministério da Saúde, a médica Maria José Araújo, a norma sobre gravidez resultante de violência contra a mulher apenas repete o Código Penal brasileiro. "O ministério não está transgredindo nada", afirmou. "Essa discussão, inclusive, já foi feita no início dos anos 90". Maria José disse que a palavra da mulher tem de ser levada em conta como verdadeira e que para a realização do aborto a vítima da violência tem de assinar documento certificando as informações fornecidas.

A médica garantiu que a pílula não age na fecundação, portanto, não é abortiva. Ela disse ainda que o ministério está apenas buscando garantir o acesso de mulheres em idade fértil, de 10 a 49 anos, segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), a métodos e meios para regulação de fecundidade no serviço público. Esse direito é assegurado na Constituição brasileira.

O ginecologista Jamil Simon, diretor do Instituto Pró-Família da Arquidiocese do Rio de Janeiro, afirmou que se solidariza com as mulheres estupradas, mas que não concorda com o aborto. "Conheço crianças que nasceram dessa violência, mas agradeceram às mães por terem vivido", acrescentou. Para Simon, a pílula é um método abortivo e por isso discorda do uso em qualquer circunstância.

Já Dulce Xavier, da organização não-governamental Católicas pelo Direito de

Decidir, acha que essa deve ser uma questão livre de religião. "Esse é um Estado democrático", defendeu. Ela explicou que o que a nova política de planejamento familiar, do Ministério da Saúde, está fazendo é facilitar o atendimento a todos.

Dulce concorda com a distribuição da chamada pílula do dia seguinte. "Já é distribuída nos centros que atendem mulheres vítimas de violência sexual e pode sim até evitar abortos". Ela alertou, no entanto, que a pílula não pode ser considerada um contraceptivo usual e deve ser usada somente em caso de emergência.

O Diálogo Brasil é feito em parceria pela **Radiobrás**, a TV Cultura de São Paulo e a TVE Brasil do Rio de Janeiro. O programa é exibido ao vivo às quartas-feiras, a partir das 22h30, e tem uma hora de duração. O mediador é o jornalista Florestan Fernandes Jr.

17/03/2005

FONTE:www.radiobras.gov.br

DIÁLOGO BRASIL

VIOLÊNCIA

Com atividades de cultura, esporte e lazer, Secretaria Nacional de Segurança Pública quer conscientizar os jovens. O tema foi discutido no programa Diálogo Brasil, em rede pública de televisão

Programa do governo protege jovem da violência urbana

*Lourenço Melo
Repórter da Agência Brasil*

Brasília - Um programa de ocupação social dirigido aos jovens vem sendo desenvolvido em alguns estados pela Secretaria Nacional de Segurança Pública. Com atividades de cultura, esporte e lazer, a secretaria pretende conscientizá-los sobre a violência urbana.

Em Pernambuco, onde o programa está implantado, 445 escolas públicas abrem nos fins de semana, em 14 municípios da região metropolitana, para atividades de cultura, esporte e lazer. No estado, o projeto tem a parceria da Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (Unesco) e da Secretaria estadual de Educação.

O secretário nacional de Segurança Pública, Luiz Fernando Correa, disse ontem à noite, ao participar do *programa Diálogo Brasil*, transmitido em rede pública de televisão,

que o trabalho é feito com recursos do Fundo Nacional de Segurança Pública. O modelo está sendo implantado também em Vitória (ES), Belo Horizonte (MG), na região do entorno de Brasília e na baixada santista (SP). Em breve, será levado a Porto Alegre.

"Trata-se da otimização de programas de diferentes ministérios, onde cada um desenvolve apelo próprio para o conceito de segurança em favor de um trabalho educacional destinado à juventude", disse o secretário. Participam do projeto os ministérios da Educação, Cultura, Cidades, Esporte e a Casa Civil da Presidência da República.

Para Luiz Fernando Correa, a repressão à juventude não é a forma de acabar com a violência e é preciso mudar no Brasil o conceito da abordagem, de forma a não aumentar a rede de violência com a participação do próprio Estado. Para isso, em sua opinião, é necessário preparar os operadores da segurança pública em todo o país para uma mudança de mentalidade no trato da questão.

O secretário lembrou que atualmente os delitos são praticados por classes socialmente mais altas. Ele acha que os problemas têm a ver com a família e a educação, por isso a repressão não é o melhor remédio.

Para a psicóloga Virgínia Turra, que também participou do *Diálogo Brasil*, o acirramento de ânimos da juventude, que culmina com a violência, envolve uma cultura própria do mundo atual, com a vida muito corrida, a mentalidade voltada para o individualismo, a necessidade de prazeres rápidos, o paradigma de se saber muita coisa ao mesmo tempo e, por isso tudo, superficialmente.

Segundo Virgínia, há uma transformação na própria característica familiar, com uma nova mentalidade sobre o tempo. Além disso, existe um estereótipo sobre os heróis, que buscam causas próprias. O Rambo, conforme a psicóloga, vai sempre defender alguém depois que sofre uma perda; o homem aranha sai em defesa das pessoas depois que é pessoalmente afetado; tudo isso dentro da mentalidade individualista, na cultura do descartável.

Na opinião do professor Oscar Vilhena, presidente do Instituto Latino-Americano das Nações Unidas para a Prevenção do Delito e Tratamento do Delinquente (Ilanud), a violência no Brasil não é praticada em sua maior parte pelo jovem, que, na verdade, é sua maior vítima, conforme se pode ver nas estatísticas. Elas mostram que a maioria das ocorrências é de autoria de maiores de idade. A banalização da violência mostra um desrespeito não só à juventude, mas à sociedade como um todo. Segundo Vilhena, há violência promovida pelo Estado, pela polícia, que é paga para proteger os direitos do cidadão

O professor lembrou o desrespeito ao direito alheio em nossa cultura. Isso vem do ponto mais alto da cadeia de autoridade até o mais baixo, segundo Vilhena. A elite brasileira, para o professor, tem a sensação de que está acima da lei, de que as outras pessoas são inferiores e tudo isso mostra uma crise no estado de direito. Ele lembrou ainda o episódio da morte do índio Pataxó em Brasília. Um dos jovens acusados, ao ser questionado sobre o motivo da ação, respondeu que "não sabia que se tratava de um índio", como se isso justificasse o ato que praticou.

FONTE: www.radiobras.gov.br -28/10/2004

DIÁLOGO BRASIL

Violência urbana é o tema do programa de hoje

Ataques a moradores de rua, ocorridos nos últimos meses, colocam em foco mais uma vez a questão da violência urbana. Diálogo Brasil é exibido em rede pública de televisão a partir das 22h30

Violência urbana é o tema do Diálogo Brasil

Brasília - A banalização da violência urbana será o tema do programa Diálogo Brasil de hoje. Os ataques aos moradores de rua, ocorridos nos últimos meses, colocam em foco a questão da violência urbana. A agressão gratuita, sem explicação coerente, assusta a sociedade. O Diálogo Brasil é exibido em rede pública de televisão a partir das 22h30, com geração pela TV Nacional em Brasília.

Os convidados são o secretário nacional de Segurança Pública, Luiz Fernando Corrêa; a psicóloga Virgínia Turra, professora do Centro Universitário de Brasília (UnICEUB); o coordenador do Movimento Viva Rio, organização criada em 1993 que desenvolve projetos sociais, Rubem César Fernandes; e o presidente do Instituto Latino-Americano das Nações Unidas para a Prevenção do Delito e Tratamento do Delinqüente (Ilanud), Oscar Vilhena, que também dirige a Conectas, organização internacional de defesa dos direitos humanos.

FONTE: www.radiobras.gov.br - 27/10/2004

DIÁLOGO BRASIL

Para Ibope, mídia melhora divulgação de pesquisa

Diretora do instituto diz que um dos erros mais comuns na cobertura da última eleição foi o uso de pesquisas feitas dias antes do pleito, que tentavam antecipar resultado das urnas

Diretora do Ibope diz que, apesar dos erros, mídia melhora divulgação de pesquisa eleitoral

*Andréia Araújo
Repórter da Agência Brasil*

Brasília - A diretora do Ibope, Márcia Cavalari, disse que os jornais vêm, ao longo do tempos "melhorando a forma de transmitir o resultado das pesquisas", embora ainda aconteçam diversos erros de interpretação. Ela participou, nesta quarta-feira (13) à noite, do programa "*Diálogo Brasil*", transmitido pela TV Nacional em rede pública para todo o país.

Segundo Márcia Cavalari, que participou do programa em São Paulo, um dos erros mais comuns ocorridos na cobertura da última eleição foi o uso de pesquisas feitas dias antes do pleito, que tentavam antecipar o resultado das urnas. "Teve jornal que usou pesquisa feita ainda em setembro, tentando prever o resultado. Depois da pesquisa, teve campanha, teve debate, teve ainda a repercussão do debate. Tudo isso altera o resultado", explicou.

A forma como são divulgadas as pesquisas eleitorais no Brasil foi criticada pelo cientista político José Luciano Dias, do Instituto Brasileiro de Estudos Políticos (Ibep), que estava no estúdio em Brasília. Segundo ele, muitas vezes esses resultados são divulgados de forma deturpada.

Para o jornalista e professor da Universidade de Brasília (UNB) Paulo José Cunha, o que Dias classificou de deturpação é, na verdade, uma visão diferente de leitura. "Os resultados das pesquisas eleitorais trazem uma série de leituras que são divulgadas de acordo com as linhas editoriais de cada veículo de comunicação", disse. Cunha completou dizendo que "se cada veículo de comunicação pudesse declarar abertamente qual candidato apóia, a divulgação seria mais transparente".

José Luciano Dias defendeu a separação das eleições municipais das de presidente da República e governador. Para o cientista, essa separação facilita a avaliação do atual governo. "No caso das últimas eleições observamos que o eleitor aprovou essa coligação feita entre o PT e o PMDB", disse.

Já a representante do Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ), Alessandra Aldé, discordou, em parte, dessa posição. Aldé explicou que não é possível comparar o resultado das urnas em relação aos municípios e o

governo federal. Concordou, porém, com a separação das eleições municipais, afirmando que essa separação facilita o voto para o eleitor.

A importância de facilitar o voto, principalmente com a urna eletrônica, é demonstrada nas pesquisas do Ibope. Segundo a diretora do Instituto, Márcia Cavali, ainda é grande o número de votos anulados sem intenção. "As pessoas, normalmente, escolhem o candidato à presidência, depois a governador e depois o restante. Agora, com a urna eletrônica, esse processo é invertido. Isso tem provocado uma série de votos errados, principalmente na população com menor grau de instrução", explicou.

FONTE: www.radiobras.gov.br 14/10/2004

Perspectivas para 2º turno das eleições serão tema no *Diálogo Brasil*

Brasília - Os resultados das eleições municipais de 2004, as alianças e perspectivas para o segundo turno serão o tema do programa *Diálogo Brasil*, que vai ao ar às 22h30 em rede pública de televisão, gerado pela TV Nacional Brasília.

Os convidados no estúdio em Brasília são o senador Hélio Costa (PMDB-MG) e o primeiro vice-líder do PSDB na Câmara dos Deputados, Alberto Goldman (SP). Na TV Educativa do Rio de Janeiro estará o deputado Rodrigo Maia (PMDB). E do estúdio da TV Cultura, em São Paulo, participará o presidente nacional do PT, José Genoíno.

De acordo com o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), foram eleitos no primeiro turno 5.074 prefeitos e 404 prefeitas. Haverá segundo turno em 44 municípios. Os três partidos que mais elegeram prefeitos foram o PMDB (1050), o PSDB (861) e o PFL (790) – também perderam prefeituras em relação ao pleito anterior. O PT elegeu 400 prefeitos, 213 a mais do que em 2000.

FONTE: www.radiobras.gov.br -06/10/2004

Legislação eleitoral e autonomia dos partidos são temas do Diálogo Brasil

Brasília, 15/9/2004 (Agência Brasil - ABr) - O conselheiro federal da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), José Eduardo Alckmin, e o presidente do Instituto Brasileiro de Estudos Políticos (Ibep), Walder de Góes, são os convidados do programa *Diálogo Brasil* de hoje. O programa vai ao ar às 22h30 em rede pública de televisão gerada pela TV Nacional Brasília.

O *Diálogo Brasil* lança a seguinte questão: quem pode ser candidato no Brasil? Serão analisados aspectos da legislação eleitoral e de autonomia dos partidos, além da discussão ética e moral sobre o perfil dos representantes políticos da sociedade.

Nos estúdios da TV Educativa, no Rio de Janeiro, estará o presidente do Tribunal Regional Eleitoral (TRE) do estado, Marcus Faver. Em São Paulo, nos estúdios da TV Cultura, estará Francisco Whitaker, do Movimento Nacional de Combate à Corrupção. Whitaker é também membro da Comissão Brasileira de Justiça e Paz e do comitê organizador do Fórum Social Mundial.

Fonte: www.radiobras.gov.br -15/09/2004

A ESTRUTURA DO TELEJORNALISMO



FONTE: CURADO, Olga. O dia-a-dia de quem faz telejornalismo. Alegro. São Paulo, 2002.p.29

PRODUÇÃO DE CHAMADAS- DIÁLOGO BRASIL

Programa: Diálogo Brasil.

Chamada: Institucional.

Loc: Otávio Miguel.

Um espaço aberto ao exercício da cidadania e a discussão de temas polêmicos e relevantes para a vida nacional.

Convidados analisam os aspectos políticos, econômicos, culturais e científicos.

Com a participação de telespectadores de forma democrática e objetiva. O acesso à cidadania através da informação.

Diálogo Brasil!!

Sob o comando de Florestan Fernandes Júnior.

Toda quarta - às 10h30 da noite e reapresentação - aos sábados às 9 da noite.

Programa: Diálogo Brasil.

Chamada: Ciência e Tecnologia.

Em ON: Florestan Fernandes Júnior.

Nesta quarta feira, o Ministro da Defesa José Viegas discute ao vivo, a ciência e a tecnologia como base para a soberania nacional, no programa Diálogo Brasil. Participam também o presidente da SBPC, professor Enio Candotti e o secretário executivo da MCT, Luiz Manoel Fernandes.

Você não pode perder o Diálogo Brasil, desta quarta.

Eu espero você, até lá!!

Programa: Diálogo Brasil.

Chamada: O emprego no país.

Em ON: Florestan Fernandes Júnior.

O Brasil precisa crescer e criar empregos rapidamente.

De que maneira o Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social, criado pelo governado pode ajudar o país crescer?

O ministro Jacques Wagner é um dos convidados do Diálogo Brasil desta quarta.

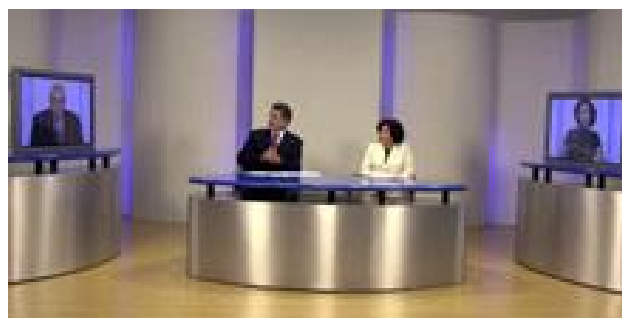
Eu espero você até lá!!!

ANEXO IV

O cenário e a estrutura do programa

Fotos: Agência Brasil

Ao centro, o apresentador Florestan Fernandes Júnior, e seus convidados.



TV Nacional



Florestan Fernandes, apresentador do programa

A TV Nacional deu início a mudanças na sua programação e, com isso, se aproximou mais da condição de ser uma TV pública. A novidade é que desde outubro, toda quarta-feira, às 22h30, a emissora transmite, ao vivo, dos estúdios de Brasília, o programa *Debate Nacional*.

A ideia do programa é discutir questões políticas, sociais e econômicas

Questões nacionais em debate

com quem detém o poder de realizar mudanças no Brasil. Para isso, o apresentador Florestan Fernandes Júnior recebe dois convidados em cada programa. Um é representante do Governo e o outro é especialista da área que será debatida. Além deles, o programa conta com a participação de outros dois convidados, que se encontram nos estúdios da TVE, no Rio e da TV Cultura, em São Paulo. Essas duas emissoras são co-produtoras do programa. O público também participa por meio de fax e e-mail (ver quadro ao lado).

Segundo o apresentador, os temas debatidos no programa são baseados nos assuntos que estão entre os mais "quentes" no momento no País e que envolvem o telespectador. *Já discutimos a maioria penal, o desarmamento e as reformas tri-*

butária e da previdência. São questões que dão uma dinâmica interessante ao programa, diz. Para ele, o Debate Nacional é mais uma demonstração do compromisso que a TV Nacional tem de levar informações ao cidadão brasileiro.

A partir de fevereiro, o *Debate Nacional* será veiculado, também, no Rio, em São Paulo e em todas as emissoras públicas e culturais do Brasil. O Canal 13 da NBr transmite o programa em rede para o público de todo o País.

Debate Nacional

Quartas-feiras às 22h30

Fax: 327-4482

E-mail:

debatenacional@radiobras.gov.br

FONTE: Circuito Interno da Radiobrás
Ano 02, nº 03 de 02/04/2004

Debate em rede Nacional

A partir do dia 28 de abril, aniversário de Brasília, a TV Nacional vai transmitir, ao vivo, para todo o País, o programa *Debate Nacional*. Nossa emissora passará a ser cabeça de rede do programa que será veiculado pela Rede Pública de Televisão, formada por 20 canais espalhados pelo Brasil, entre os quais a TVE/Rio e a TVCultura/SP, co-produtoras do programa.

Com audiência em todo o País e a participação dos telespectadores por *e-mail* ou fax, a parte “Nacional” do nome do programa significará duplamente um programa da TV Nacional e um programa de cobertura nacional.

Na ocasião, o *Debate Nacional* inaugurará também o seu novo cenário: nova mesa para o mediador e seus convidados e dois monitores de plasma mostrando os debatedores na TVE/Rio e TV Cultura/SP. Assim, todos os participantes poderão aparecer simultaneamente na tela.

Debate Nacional
Apresentação de Florestan Fernandes
Quartas-feiras, às 22h30
TV Nacional – Canal 2

FONTE: Circuito Interno da Radiobrás
Ano 02, nº 03 de 02/04/2004

ANEXO VII



DIÁLOGO BRASIL

Controle de qualidade na TV passa pela sociedade

"Só o público pode confrontar interesses das emissoras e exigir compromisso ético, diz a psicanalista Maria Rita Kehl no Diálogo Brasil, transmitido no Dia Internacional da Democracia na Mídia

Controle da qualidade de programas televisivos passa pela sociedade, dizem especialistas

*Marina Domingos
Repórter da Agência Brasil*

Brasília - A psicanalista Maria Rita Kehl, autora do livro "Videologias" junto com jornalista Eugênio Bucci, presidente da Radiobrás, disse hoje que a própria discussão sobre a qualidade na televisão nas escolas forma um senso crítico entre telespectadores que pode ser fomentado dentro das salas de aula. A afirmação foi feita durante debate sobre a democratização dos meios de comunicação promovido neste domingo pelo Programa Diálogo Brasil, da TV Nacional.

Para ela, "O Brasil não precisa de meios de controle da programação, mas de criar formas de convívio social de lazer desligadas da televisão. Ela (TV) ocupa espaço demais na vida do cidadão brasileiro. Só o público pode confrontar os interesses das emissoras e exigir compromisso ético dessas emissoras", destacou Maria Rita.

Já a jornalista e presidente da TVE/Rede Brasil, Bete Carmona, ressaltou que na Europa existem os mesmos tipos de problemas sobre o controle da qualidade dos programas na TV. Ela lembrou que a TV comercial também invadiu o espaço da TV pública e que uma das maneiras da sociedade tentar controlar a qualidade é por meio da participação em organizações não-governamentais (ONGs). "Existem uma série de organizações que trabalham junto às escolas, numa leitura crítica dos meios. Um trabalho realizado com professores para ensinar a discutir e a falar dessa televisão, que invade tanto a nossa vida e o dia-a-dia", afirmou.

O presidente do Conselho da TV Cultura de São Paulo, Jorge Cunha Lima, destacou que a resistência para a criação de mecanismos de controle da programação não é uma questão da imprensa. Segundo ele, o que existe é a liberdade do dono da empresa de comunicação e não a liberdade de imprensa. "Essas empresas tinham que ter, no mínimo, uma consciência interna e respeitar a Constituição Federal, que é bem clara ao dizer que a TV foi criada para verificar os valores da família", argumentou ele.

Para Cunha Lima a Constituição brasileira é a única que diferencia TV estatal de TV pública e TV comercial. "A TV estatal, institucional, tem seu papel de revelar as ações do Estado, seja no poder Executivo, Legislativo ou Judiciário. A TV pública

é uma vontade da sociedade. Para que ela exista é preciso ter uma estrutura jurídica institucional independente do governo, o que é muito difícil. A TVE (Rio de Janeiro) já ganhou essa dimensão, a TV Cultura (São Paulo) e todos os governadores estão tendendo que as emissoras se modifiquem", avaliou ele.

FONTE: www.radiobras.gov.br- 17/10/2004

Estudantes protestam contra baixaria na televisão

Marina Domingos
Repórter da Agência Brasil

Brasília - Integrantes da Executiva Nacional dos Estudantes de Comunicação Social (Enecos), do Intervozes - Coletivo Brasil de Comunicação Social - e do Centro de Mídia Independente (CMI) organizaram hoje à tarde um ato público na Torre de TV, em Brasília, com a transmissão de um programa de rádio com a participação do público em geral.

O ato foi realizado em comemoração ao Dia Internacional de Democratização da Mídia e teve o objetivo de chamar a atenção das pessoas para a qualidade dos programas e informações veiculados nos meios de comunicação.

“A qualidade da programação da TV é péssima, muitas mulheres nuas e pouco incentivo ao esporte”, protestou o faxineiro Gilberto da Silva, durante sua participação no Programa **Diálogo Brasil**, que transmitiu ao vivo participações do público na Torre de TV.

Para o faxineiro, as emissoras deveriam ter mais respeito com as pessoas que estão assistindo os programas do outro lado da tela, respeitando inclusive a possível presença de crianças.

“Eu me revolto com as novelas e parei de assistir, agora só vejo os telejornais”, revelou ele.

Já a artesã Ângela Oliveira, ressaltou que primeiro é preciso saber o que é qualidade para depois discutir o que deve ser permitido na programação.

“Criou-se uma programação que incita as crianças ao consumismo”, analisa. Segundo ela, não irá fazer mal as pessoas desligarem os aparelhos de tv num dia de mobilização contra a má qualidade dos programas de televisão.

“Se desligar um segundo e esquecer a novela, os jornais, as pessoas podem conversar com sua família, pensar em outras coisas”, refletiu ela.

A campanha “Quem financia a baixaria é contra a cidadania”, encabeçada pelo deputado federal Orlando Fantazzini (PT-SP), propõe que os telespectadores desliguem a TV por um hora neste domingo em um protesto simbólico contra a baixaria na televisão.

FONTE: www.radiobras.gov.br - 17/10/2004

Diálogo Brasil

Ficha de participação do telespectador pelo telefone

Tema do programa: A gravidez precoce, aborto e planej. familiar

Nome: Cláudia Valenço

Profissão: Advogada

Bairro onde mora: Santos/São Paulo

E-mail/telefone:

Pergunta destinada: 3º Bloco / Opinião do telespectador

Questionamento: “É preciso esclarecer que muitos casos de gravidez precoce são decorrentes de abuso sexual. Muitas vezes cometidos dentro do seio da família. Acredito que o planejamento familiar aliado à prevenção da violência sexual, pode ajudar a minimizar esta situação”.

| VÍDEO MONOGRAFIA | | RETRANCA ABERTURA | PÁGINA 01 |
|---|---------------------------|----------------------------|--|
| DATA 17/05/05 | EDITOR Rogério Brandão | PROGRAMA DIÁLOGO BRASIL | TEMPO |
| TRILHA DO PROGRAMA CÂM 01 CÂM 02 APRESENTADORA NATÁLIA PEREIRA. GC- NATÁLIA PEREIRA. | | LO C | ENTRA VINHETA DO PROGRAMA... |
| | | | BOA NOITE, |
| | | | A PARTIR DESTE MOMENTO 20 CANAIS FORMAM A REDE PÚBLICA DE TELEVISÃO E TRANSMITEM, AO VIVO, PARA 822 PONTOS EM TODO O PAÍS, O DIÁLOGO BRASIL: UM PROGRAMA DA TV NACIONAL DE BRASÍLIA, EM PARCERIA COM A TV CULTURA DE SÃO PAULO E A TVE REDE BRASIL DO RIO DE JANEIRO.// |
| | | | ELE TEM UM CURRÍCULO DE PESO. FOI <u>REPÓRTER</u> DA FOLHA DE SÃO PAULO, DAS TVS GLOBO, CULTURA E MANCHETE. <u>COMENTARISTA</u> DE POLÍTICA DO JORNAL DA MANCHETE E DO JORNAL DA GAZETA. EM 1997 <u>RECEBEU O PRÊMIO SIMÓN BOLIVAR DE JORNALISMO</u> , PELO DOCUMENTÁRIO CUBA: <u>TURISMO DE SAÚDE</u> . EM 2000, <u>PUBLICOU JUNTO COM NELMA SALOMÃO E ALBERTO DINES A COLEÇÃO HISTÓRIAS DO PODER, 100 ANOS DE POLÍTICA NO BRASIL</u> . EM 2003, É <u>CONVIDADO PARA CONDUZIR O PROGRAMA DEBATE NACIONAL</u> , QUE SOFREU ALGUMAS REFORMULAÇÕES NO SEU FORMATO, PASSANDO A SER CHAMADO <u>DIÁLOGO BRASIL</u> , CONSIDERADO UM DOS PROGRAMAS DE GRANDE REPERCUSSÃO NAS EMISSORAS DA REDE PÚBLICA DE TELEVISÃO. |
| | | | NOSSO CONVIDADO DO DIÁLOGO BRASIL É O JORNALISTA E MEDIADOR FLORESTAN FERNANDES JÚNIOR. |

| | | | |
|--|-----------------------------------|--|---|
| RADIOBRÁS | | RETRANCA ENTREVISTA- 1º BLOCO | PÁGINA 02 |
| DATA 17/05/05 | EDITOR Rogério Brandão | PROGRAMA DIÁLOGO BRASIL | TEMPO |
| <p>APRESENTADORA GC- NATÁLIA PEREIRA.</p> <p>FLORESTAN JR. GC- FERNANDES FERNANDES JÚNIOR.// JORNALISTA E MEDIADOR DO DIÁLOGO BRASIL</p> | | <u>loc</u> | <p>BOA NOITE, FLORESTAN.</p> <p>- QUAL É A FINALIDADE DO DIÁLOGO BRASIL?</p> <p>- COMO CONDUZIR UM PROGRAMA DE DEBATE?</p> <p>- HÁ UMA DIFERENÇA ENTRE UM PROGRAMA DE ENTREVISTA E O DE DEBATE. QUAL É A IMPORTÂNCIA DE SER O MEDIADOR DO DIÁLOGO BRASIL, E PARA A SOCIEDADE?</p> <p>- O QUE É MAIS RELEVANTE NO PROGRAMA DIÁLOGO BRASIL DE ACORDO COM SEU MODO DE PRODUÇÃO?</p> <p>- QUAIS FORAM AS EDIÇÕES MAIS POLÊMICAS QUE GERARAM UMA GRANDE REPERCUSSÃO?</p> <p>NÓS VAMOS FAZER UM INTERVALO DE DOIS MINUTOS E VOLTAMOS EM SEGUIDA COM O DIÁLOGO BRASIL. ATÉ JÁ..</p> |

| RADIOBRÁS | | RETRANCA ENTREVISTA- 2º BLOCO | PÁGINA 03 |
|--|------------------------------|---|--------------|
| DATA 17/05/05 | EDITOR Rogério Brandão | PROGRAMA DIÁLOGO BRASIL | TEMPO |
| <p>APRESENTADORA GC- NATÁLIA PEREIRA.</p> <p>FLORESTAN JR. GC- FLORESTAN FERNANDES JÚNIOR.// JORNALISTA E MEDIADOR DO DIÁLOGO BRASIL</p> | | <p><u>loc</u></p> <p>VOLTAMOS A APRESENTAR O DIÁLOGO BRASIL QUE RECEBE HOJE COMO CONVIDADO ESPECIAL O JORNALISTA E MEDIADOR DO PROGRAMA, FLORESTAN FERNANDES JÚNIOR.</p> <p>- FLORESTAN, O DIÁLOGO BRASIL É VEICULADO PELA REDE PÚBLICA DE TELEVISÃO, ENTRE ELAS A TV CULTURA, A TVE REDE BRASIL SENDO CO-PRODUTORAS DO PROGRAMA. ATENDER ESSA FUNÇÃO EDUCATIVO-CULTURAL DA TELEVISÃO E ESTAR A SERVIÇO DOS VALORES DA EDUCAÇÃO E DA CULTURA, PODE SER CONSIDERADO UM MÉRITO PARA QUEM PRODUZ UM PROGRAMA DE QUALIDADE E PARA QUEM APRESENTA?</p> <p>A ENTREVISTA É UM PROCEDIMENTO DE APURAÇÃO JUNTO A UMA FONTE CAPAZ DO DIÁLOGO E INFORMAÇÕES RELEVANTES AO INTERESSE DO PÚBLICO. HÁ DIFERENÇA ENTRE FAZER UMA ENTREVISTA A DISTÂNCIA, PELA VIDEOCONFERÊNCIA, E UMA ENTREVISTA NO ESTÚDIO?</p> <p>- HÁ ALGUMA NOVIDADE NO FORMATO DO PROGRAMA PARA TORNAR MAIS PRÓXIMO DO PÚBLICO?</p> | |

Especial

A guerra atrás das câmeras

Como é produzido o *Jornal Nacional*, que vive uma fase de sucesso e, aos 35 anos, faz uma reflexão sobre sua história

João Gabriel de Lima



Fátima e Bonner no intervalo: sprays de cabelo sob a bancada e as meias que ninguém vê

O noticiário, exibido pela Rede Globo em horário nobre e assistido diariamente por 31 milhões de brasileiros, é campeão de audiência desde que o primeiro apresentador, Hilton Gomes, leu a primeira notícia no ar, há 35 anos. O *Jornal Nacional* é uma história de sucesso sem paralelo entre os telejornais brasileiros. Quando se compara sua audiência com a de programas semelhantes levados ao ar em outros países democráticos, o *JN* sobressai como um dos programas jornalísticos, proporcionalmente, mais vistos. Ele mantém sintonizados em seus apresentadores 68% dos televisores. Para efeito de comparação, o jornal francês da rede TF1 tem 46%.

Como costuma ocorrer com quase todo líder, as polêmicas acompanham a trajetória do *Jornal Nacional*. Em momentos cruciais da história recente do Brasil a cobertura do *JN* provocou críticas. Dois episódios em particular foram examinados à minúcia e livros chegaram a ser escritos sobre eles. Um foi a cobertura da campanha pelas eleições diretas em 1984, quando se acusou o noticiário de esconder as manifestações que tomavam de assalto as praças do Brasil. O

Veja também

NESTA REPORTAGEM

▸ [Quadro: Comparação entre o *Jornal Nacional* e os telejornais mais vistos em outros países](#)

EXCLUSIVO ON-LINE

▸ [Galeria de fotos](#)
▸ [Trecho do livro \(em pdf\)](#)

outro foi a edição do último debate entre Fernando Collor de Mello e Luiz Inácio Lula da Silva, na véspera das eleições presidenciais de 1989. Na ocasião, o *Jornal Nacional* foi acusado de favorecer o candidato do PRN com uma montagem tendenciosa.

Por muito tempo esses episódios foram tabus na Globo. Agora não são mais. No livro *Jornal Nacional – A Notícia Faz História*, elaborado por um time de historiadores contratados pela emissora, a Globo fez sua própria investigação e agora dá sua versão dos fatos – que VEJA publica com exclusividade. Na obra, que será vendida em livrarias, a emissora admite erros cometidos e esclarece esses e outros fatos da história de seu principal telejornal. "Nós o escrevemos como estamos acostumados a fazer jornalismo. Relatamos os bons e os maus momentos pelos quais todo órgão de imprensa passa, com isenção, com correção, com transparência", disse João Roberto Marinho, vice-presidente das Organizações Globo, a VEJA na semana passada.

Oscar Cabral



Bonner e Fátima na reunião com jornalistas: eles editam e apresentam o jornal mas ainda não são "âncoras" ao estilo americano, que opinam no ar

A obra chega às livrarias nesta semana, como parte das comemorações dos 35 anos do *Jornal Nacional*. O volume é um relato correto sobre o inter-relacionamento do telejornalismo com a história recente do Brasil, temperado por fatos pitorescos. No episódio das diretas já, a campanha cívica que mobilizou o Brasil nos momentos finais do regime militar em 1984, a Globo sempre teve de se defender da acusação de não ter noticiado o megacomício da Praça da Sé, em São Paulo, em 25 de janeiro de 1984. O livro prova que a Globo noticiou o evento. O repórter Ernesto Paglia estava lá e relatou, no *Jornal Nacional*, como milhões de pessoas haviam se reunido para pedir eleições diretas. As imagens da reportagem de Paglia mostram vários dos participantes do comício, como o cantor Chico Buarque e o então governador de São Paulo, Franco Montoro. Portanto, é falsa a acusação. O livro admite, porém, que a maneira como a matéria foi levada ao ar ensejou a versão de que o comício não fora coberto pelas equipes da emissora. Na chamada para a reportagem de Paglia, o locutor Marcos Hummel leu o seguinte texto: "Festa em São Paulo. A cidade comemorou seus 430 anos com mais de 500 solenidades. A maior foi um comício na Praça da Sé". O trecho dava a entender que o comício era apenas parte das celebrações do aniversário da cidade. O livro conta também que a Globo deixou de destacar no *Jornal Nacional* os primeiros comícios pelas diretas, em Curitiba, Vitória, Salvador e Campinas, que foram exibidos apenas nos telejornais locais – por ordem de Roberto Marinho. O fundador da Globo considerava que a realização dos comícios "poderia ser um fator de inquietação nacional", conforme ele próprio declarou na ocasião a VEJA.

Oscar Cabral



Os monitores na sala onde se decide o que vai ao ar

A outra polêmica, certamente a maior da história do *JN*, diz respeito à edição do último debate da eleição presidencial de 1989. O livro dedica quinze páginas ao assunto. O debate ocorreu em 14 de dezembro, três dias antes das eleições. Na sexta-feira, dia 15, o *Jornal Hoje* exibiu uma edição do debate e o *Jornal Nacional* mostrou outra. A emissora foi criticada, entre outras coisas, por Collor aparecer no *JN* por um minuto e meio a mais que Lula, o que em televisão corresponde a uma eternidade. Além disso, foram escolhidos alguns dos melhores momentos do candidato do PRN e alguns dos piores do representante do PT, dando a impressão de que Collor – que efetivamente se saíra melhor no debate – havia esmagado o adversário. A obra colhe depoimentos de vários dos envolvidos. O painel transcrito no livro é uma corajosa e transparente discussão sobre o episódio. Armando Nogueira, então diretor da Central Globo de Jornalismo, responsabiliza seu subordinado Alberico de Souza Cruz, ex-diretor de telejornais da rede, pela edição do debate, e o acusa de "deslealdade e traição profissional". Diz Armando: "Foi má-fé do Alberico, que servia não à empresa, mas ao Collor, à entourage do Collor". Alberico nega ter tido qualquer participação na edição, que teria sido feita pelo editor de política Ronald de Carvalho, sob a orientação da então diretora executiva, Alice-Maria, a qual, por sua vez, teria recebido instruções da família Marinho. Alice-Maria diz no livro que "levou um susto" ao ver a edição no ar. Ela finaliza seu depoimento no livro dizendo: "Aquela matéria mudou a história do telejornalismo da Globo". Ronald de Carvalho assume total responsabilidade pela edição, a qual diz ter feito sozinho. Ele é desmentido pelo então editor de texto do *JN*, Octavio Tostes, que surge no livro afirmando ter sido ele o responsável pela edição. Tostes diz ainda que agiu à revelia e sob as ordens de Ronald de Carvalho e Alberico de Souza Cruz. E conclui: "A edição mancha a história da Globo e, em escala muito menor, mas gravíssima no nível individual, é uma nódoa na minha carreira".

Oscar Cabral



Bonner se apruma: os ternos e as gravatas são dele

Depois do episódio, nunca mais a Globo exibiu em telejornais compactos de debates eleitorais. "Aprendemos a lição de que um debate é de tal modo subjetivo que qualquer compacto sempre será acusado de parcialidade", diz Carlos Henrique Schröder, diretor da Central Globo de Jornalismo. Há no livro um depoimento de João Roberto Marinho sobre o assunto. Ele diz: "É preciso sempre ter em mente que aquela era a primeira eleição para presidente na era da televisão de massa. Não passa pela minha cabeça que os equívocos tenham sido cometidos por má-fé". Há um outro caso polêmico, conhecido como "Escândalo Proconsult", em que Leonel Brizola, morto dois meses atrás, acusava o *JN* de ter colocado no ar, de propósito, dados de apuração errados na eleição de 1982 para justificar uma fraude que se cometeria contra ele. Brizola foi eleito. O livro considera o caso Proconsult uma invenção e relata apenas que o *JN* colocou no ar resultados parciais da apuração.

Oscar Cabral



Fátima Bernardes se veste mais cedo: os figurinos são da Globo

O momento do *Jornal Nacional* não é apenas de autocrítica, mas também de reflexão. Depois de sete anos, o *JN* resolveu fazer uma pesquisa qualitativa para saber o que os telespectadores pensam do programa. O resultado, ao qual VEJA teve acesso também com exclusividade, mostra que o *Jornal Nacional* reencontrou o prumo depois de uma década – a de 90 – em que oscilações de audiência levaram a experimentações nem sempre bem-sucedidas, nas quais o programa quase chegou a resvalar para soluções editoriais apelativas. Hoje o *JN* está de volta à sua vocação original, a da notícia. E o

público, de acordo com a pesquisa, aprova essa opção. A média de audiência do telejornal de janeiro a agosto de 2004 é de 43 pontos, a maior desde 1997. Havia muito tempo a distância para os segundos colocados não era tão grande – o *Jornal da Band* e o *Jornal da Record* alcançam apenas 3 pontos, em média, no Ibope. Os números do *Jornal Nacional* de hoje são superlativos. O programa tem o espaço publicitário mais caro da televisão brasileira. Um comercial de trinta segundos custa de 250.000 a 380.000 reais. Isso faz com que a Globo contabilize 2,6 milhões a cada vez que seus apresentadores dizem "boa-noite". Num ano de anúncios fartos, essa cifra chega, em média, a 780 milhões, faturamento similar ao de uma empresa do porte da cervejaria Schincariol. Se fosse uma pessoa jurídica, o *JN* se situaria por volta do 350º lugar no ranking brasileiro das maiores.

Oscar Cabral



Bonner, Kamel e Fátima: longa preparação antes de levar o jornal ao ar

Essa arrecadação possibilita pagar salário de diretor de multinacional aos apresentadores William Bonner e Fátima Bernardes – a Globo não revela os valores, mas no mercado se comenta que são da ordem de 60.000 a 70.000 reais mensais para cada um – e sustentar uma operação caríssima. Para produzir cerca de meia hora diária de reportagens, o *Jornal Nacional* mobiliza um exército de 600 profissionais dedicados exclusivamente ao programa. Todos os 4.000 jornalistas da Rede Globo são, no entanto, potenciais colaboradores, já que as matérias mais candentes exibidas pelos noticiários regionais têm chance de ir parar no horário nobre. "O que nos diferencia da concorrência é o fato de termos equipes completas em 118 cidades do país, graças às afiliadas, o que nos credencia como o único telejornal verdadeiramente nacional", diz Ali Kamel, diretor executivo de jornalismo. Os 43 pontos de audiência significam 68% dos aparelhos ligados, ou 31 milhões de espectadores a cada minuto. É como se quase toda a população da Argentina parasse, todas as noites, para assistir a um noticiário de TV.

Oscar Cabral



Arnaldo Jabor no estúdio: ele é um dos três colunistas fixos do *JN*, ao lado de Franklin Martins e Chico Caruso

Ao se concentrar em sua verdadeira vocação – a notícia –, o *Jornal Nacional* enterra de vez a fase em que cometeu aquilo que a cúpula da Globo hoje considera "desvios". O livro *A Notícia Faz História* relata alguns deles. Em 1991, pressionado pela concorrência da novela mexicana *Carrossel* e do humorístico *Chaves*, ambos exibidos pelo SBT, o programa resolveu apostar na força das imagens. Foi dada ênfase inédita à cobertura policial. Um exemplo foi a reportagem sobre um jovem de São Paulo que jogara ácido no rosto da mãe. Durante a leitura das manchetes, exibiu-se a imagem da vítima ferida – o que gerou uma saraivada de críticas. Com altos e baixos na audiência, o *Jornal Nacional* continuou suas experimentações ao longo da década. Baseada em pesquisas, a direção da emissora resolveu fazer gestões no sentido de tornar o noticiário mais leve. O momento emblemático dessa mudança deu-se quando o *Jornal Nacional* exibiu, em 28 de julho de 1998, o parto de Sasha, a filha da apresentadora Xuxa. Não seria nada extraordinário não fosse o tempo em que as imagens ficaram no ar: dez longuíssimos minutos, quando se sabe que reportagens especiais, na televisão, dificilmente ultrapassam quatro.

A pesquisa atual, feita com dezesseis grupos de discussão de diferentes estratos sociais, mostra claramente que o espectador do *JN* não quer saber de imagens de impacto nem de perder tempo com coberturas irrelevantes. Uma das principais virtudes apontadas pelas pessoas que participaram do levantamento é o fato de o *Jornal Nacional* de hoje mostrar a violência de forma "limpa" – sem sangue, sem tiros, sem pancadaria. "Somos vistos por famílias inteiras, e eu estaria traindo o telespectador se exibisse imagens capazes de chocar seus filhos", diz o jornalista William Bonner, que além de apresentar o *JN* é seu editor-chefe. Ele, que assumiu o jornal em 1999, ano em que a ênfase no noticiário se tornou prioridade, é um defensor radical dessa filosofia. Recentemente, quando o mundo soube que Saddam Hussein colocava dinamite nas roupas de seus presos políticos e os jogava numa cratera para que explodissem, Bonner foi contrário a exibir essa imagem. Seu superior hierárquico, Ali Kamel, achava que a cena deveria ser mostrada na íntegra. Optou-se por uma solução intermediária: a imagem seria congelada no momento da explosão, e assim foi ao ar. Embora, segundo a pesquisa, os telespectadores prefiram reportagens sobre saúde, cultura e descobertas científicas, eles valorizam o fato de o *JN* fornecer um resumo completo das notícias do dia, incluindo assuntos mais áridos, como economia e política. "As pessoas assistem ao *Jornal Nacional* por necessidade, não por diversão", acredita Carlos Henrique Schröder. "Elas sabem que se não assistirem ao programa perderão uma boa chance de se informar sobre o que de mais importante aconteceu

no dia."

Oscar Cabral



O casal do JN a segundos de entrar no ar: 22 reportagens por edição

O item da pesquisa que gerou mais discussão entre os que fazem o *Jornal Nacional* foi a linguagem do noticiário. Percebeu-se, através do levantamento, que muitos espectadores ainda não entendem perfeitamente o que é dito. Um exemplo: recentemente, foi exibida uma série de reportagens sobre reforma tributária. A pesquisa apontou que grande parte dos telespectadores simplesmente não conhecia o significado da palavra "tributária". A lição foi aprendida. Hoje, quando fala do assunto, o JN prefere usar a expressão "mudança nos impostos". A questão da linguagem é ainda mais premente quando se leva em consideração que três em cada quatro espectadores do *Jornal Nacional* são de classe C, D ou E. A pesquisa sinalizou que o programa quase sempre é visto em família, e as famílias costumam ter um "explicador" – em geral o pai –, que é quem traduz para os demais o teor das notícias mais complexas. Se o chefe de família não entende o significado das notícias, fica constrangido, e é possível que no dia seguinte prefira assistir a outro canal.

Para colocar o noticiário no ar, é montada uma operação de guerra a cada dia. Ela começa às 10 e meia da manhã, numa reunião feita por videoconferência e da qual participam os chefes das sucursais nacionais e internacionais, os pauteiros e o editor-chefe, William Bonner, que é quem define os tamanhos e tipos de abordagem das reportagens. A partir daí os jornalistas saem à rua à cata de notícias. Produzem-se, em média, 53 reportagens por dia para o JN, das quais apenas 22 irão ao ar. Embora Bonner tenha autonomia, a pauta da reunião entra num sistema de computador, o que permite que Ali Kamel e Carlos Henrique Schröder a visualizem para eventuais correções de rumo. Por volta das 6 da tarde, quando a maioria das reportagens já está pronta, Bonner e Kamel assistem aos videotapes mais importantes, sugerindo mudanças. A partir daí começa a correria dos editores para fazer os ajustes e deixar os textos no tamanho certo – um programa de computador mede o número de segundos que dura cada um deles, levando em conta a velocidade média de leitura de Bonner e de Fátima Bernardes. Nem sempre o resultado final é exato. É comum que Bonner faça ajustes no texto com o jornal no ar, usando um computador embutido na bancada. Às vezes o noticiário é inteiramente modificado durante a transmissão. Isso ocorreu, por exemplo, no dia da morte do deputado Luís Eduardo Magalhães. Fátima e Bonner receberam a notícia pelo ponto eletrônico no momento em que o JN ia começar, e o noticiário foi inteiramente refeito para permitir entradas ao vivo de Brasília. "Foi um

susto para nós, mas por outro lado essa adrenalina de fazer as coisas ao vivo é sempre estimulante", diz Fátima, que além de apresentadora é uma das editoras do *JN*. Por causa de situações como essa, a tensão em torno da feitura de um telejornal só se dissipa no instante do "boa-noite" final. Além das notícias de última hora, os apresentadores e editores vivem assombrados pela possibilidade de falhas. Às vezes elas são técnicas; outras, fruto de falta de concentração dos próprios apresentadores. Houve um dia em que Bonner deu seu tradicional "boa-noite" de despedida no meio do jornal. Diante dos câmeras estupefatos, teve de voltar atrás e continuar a ler as notícias como se nada tivesse acontecido.

Às vezes falhas técnicas dão motivo ao surgimento de teorias conspiratórias. Há três anos, o governador do Rio de Janeiro, Anthony Garotinho, ficou sabendo que uma reportagem sobre ele iria ao ar no mesmo bloco em que seriam exibidas notícias sobre a apuração de corrupção contra o senador paraense Jader Barbalho e o governador do Espírito Santo, José Ignácio. Garotinho telefonou ao diretor Ali Kamel pedindo para não ser colocado ao lado de Jader e Ignácio. Kamel disse que nada poderia fazer. Por uma falha técnica, porém, quando o jornal entrou no ar as notícias sobre Barbalho e José Ignácio foram lidas enquanto no fundo resplandecia uma fotografia de Garotinho. "Acho que até hoje ele pensa que fizemos isso de propósito", lembra Kamel. "Foi apenas um erro."

O que torna a feitura de um noticiário como o *JN* ainda mais complexa é o fato de que a operação não envolve somente jornalismo. Televisão é antes de tudo imagem – e, por causa disso, são necessários cuidados especiais com o visual dos repórteres e apresentadores. Para isso, a Globo conta com os préstimos profissionais de Regina Martelli, jornalista especializada em moda, que coordena uma equipe de vinte produtores espalhados pelo Brasil. Ela, que dá palestras nas afiliadas do país inteiro sobre o assunto, é a responsável pelo apuro visual dos repórteres ([veja quadro](#)). Em tese não existe um padrão de beleza para jornalistas, mas houve recentemente o caso de uma repórter que foi afastada do vídeo por ser considerada pouco fotogênica. Ela foi encaminhada a Regina para sofrer uma recauchutagem – e só depois disso voltou a atuar. Anualmente, os jornalistas recebem uma ajuda de custo para roupas, e vão às compras assessorados pela equipe de Regina. "A idéia é evitar o chamado 'vampiro de imagem', ou seja, coisas que chamem atenção demais e tirem a concentração do espectador", conta o repórter André Luiz Azevedo, que renovou seu guarda-roupa na semana passada. Fátima Bernardes não apresenta o *Jornal Nacional* com roupas próprias. É feita diariamente uma produção para ela, o que evita a repetição de cores ou modelos de um dia para o outro. William Bonner usa os próprios blazers e gravatas. Não, ele não apresenta o jornal de bermuda, como se dizia de Cid Moreira (que efetivamente leu as notícias de calção num dia em que voltava às pressas de uma partida de tênis), mas como a calça não aparece ela não precisa combinar com o paletó. Na segunda-feira passada, Bonner apresentou o *JN* com uma mescla de cores que não usaria na rua – jeans alaranjado e blazer azul.

Outra preocupação constante é com a voz dos repórteres. Para que ela esteja sempre calibrada, a Globo conta com uma equipe de 36 fonoaudiólogos em 39 cidades, chefiados por Deborah Feijó. Equipamentos de última geração detectam qualquer problema nas cordas vocais. Hoje em dia, no *Jornal Nacional*, é valorizada a diversidade de sotaques. Nem sempre foi assim. Funcionários antigos da Globo lembram que, em 1978, o repórter Francisco José, que é do Nordeste, tinha dificuldade em pronunciar o nome da cidade argentina de Rosário, uma das sedes da Copa do Mundo. Usando o sotaque de sua região, ele pronunciava "Rusário". Acabou transferido de sede – passou a integrar a equipe lotada em Buenos Aires. Nos anos 80, repórteres



do interior de São Paulo tinham suas falas substituídas na mesa de edição, pois o sotaque caipira, aquele em que se pronuncia a letra "r" enrolando a língua, era malvisto. Uma das funções da fonoaudióloga Deborah Feijó é preservar a diversidade regional limando os exageros. Existe todo um conjunto de regras para isso ([veja quadro](#)). Com toda a liberalização nessa área, uma máxima continua valendo: o acento acaipirado do interior de São Paulo deve ser evitado a qualquer custo.

Num momento em que o governo petista envia ao Congresso uma proposta autoritária pregando o controle dos meios de comunicação, pode haver quem, de má-fé, utilize a autocritica da Globo expressa no livro *A Notícia Faz História* como um argumento a favor da criação do Conselho Federal de Jornalismo. O episódio, no entanto, deve ser interpretado de maneira oposta. Ele mostra que, numa sociedade democrática, ninguém melhor do que as próprias empresas jornalísticas para controlar a qualidade das informações que divulgam. Afinal, elas têm como principal patrimônio a credibilidade, e esta só se mantém quando os eventuais erros são reconhecidos e corrigidos. Para isso, não é necessário tutela ou censura. Em três décadas e meia de vida, o jornalismo da Globo criou um estilo e um padrão, acertou e errou, deu furos de reportagem como a descoberta do esconderijo de PC Farias na Inglaterra, e foi justamente criticado por aproximar-se do sensacionalismo em algumas coberturas. Os números da audiência atestam que o balanço final é positivo.

A moda no vídeo

O telejornalismo da Globo tem uma equipe de vinte produtores que zelam pelo visual dos apresentadores e repórteres. Veja as principais regras:

- Recomenda-se que as repórteres usem cabelos curtos, pois nas reportagens externas o risco de que uma ventania desmanche o penteado é enorme. Se os cabelos forem longos, devem ser presos para trás. Os homens também devem evitar os cabelos compridos

- Os óculos dos jornalistas são escolhidos pela consultoria de moda. Armações leves com aros finos são recomendadas, para não chamar atenção

- As cores fúcsia, verde-limão e rosa-choque devem ser evitadas

- Barba atrapalha. Há exceções, claro – o jornalista Alexandre Garcia é uma delas

- Repórteres não podem usar brincos grandes nem do tipo pingente. Colares e gargantilhas são vetados

- As jornalistas não podem mostrar os braços. Blusas de alça e decotes são proibidos

- Paletó xadrez ou com listras muito finas nem pensar

Oscar Cabral



O repórter André Luiz Azevedo compra roupas, orientado pela produtora de moda Renata Vasconcellos: obedecendo aos padrões estéticos. Só a barba resistiu

O fim de duas polêmicas

Em livro, a trajetória de 35 anos do Jornal Nacional. A obra dissecou corajosamente dois episódios do seu passado

CAMPANHA DAS DIRETAS – 1984

A CRÍTICA: O *Jornal Nacional* não teria mostrado o megacomício realizado em 25 de janeiro na Praça da Sé, em São Paulo

O QUE OCORREU: O noticiário efetivamente mostrou a manifestação em uma longa reportagem de Ernesto Paglia

na qual aparecem a multidão na praça e alguns dos que discursaram na tribuna

O QUE DIZ O LIVRO: A emissora conta que a chamada lida por Marcos Hummel sugeriu erradamente que o comício fazia parte dos festejos do aniversário de São Paulo

DEBATE COLLOR X LULA – 1989



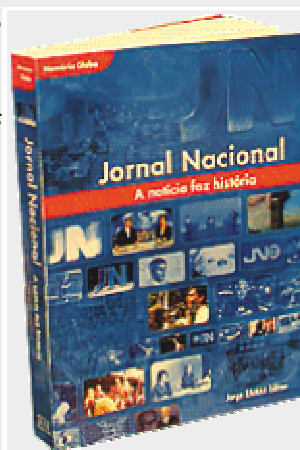
A CRÍTICA: O *Jornal Nacional* teria editado o último debate entre os dois candidatos de forma que Collor parecesse ter massacrado Lula

O QUE OCORREU: Collor teve um minuto e meio a mais de tempo na edição e seus melhores momentos foram contrapostos justamente aos piores de Lula

O QUE DIZ O LIVRO: Na parte mais corajosa do livro, os envolvidos na edição acusam-se uns aos outros pela maneira como as cenas foram montadas e exibidas

"Aos poucos, depois de refletir sobre o assunto e com o distanciamento que o tempo dá, eu tenho uma avaliação diferente dos fatos. Depois desses anos todos, eu acredito que as duas edições (a exibida no Jornal Hoje e a mostrada no Jornal Nacional) estavam erradas: uma exagerou para um lado e a outra ficou aquém para o outro. De qualquer forma, eu debito os dois erros à inexperiência de todos nós na época. É preciso sempre ter em mente que aquela era a primeira eleição para presidente na era da televisão de massa. Não passa pela minha cabeça que os equívocos tenham sido cometidos por má-fé"

João Roberto Marinho,
VICE-PRESIDENTE DAS ORGANIZAÇÕES GLOBO



Memória do JN: histórias de sucesso e revisão transparente

Salada de sotaques

Oscar Cabral



Fátima se consulta com a fonoaudióloga Deborah Feijó: cordas vocais monitoradas por computador

A Globo tem um time de 36 fonoaudiólogas espalhadas por 39 cidades brasileiras. Atualmente, a diversidade de sotaques é valorizada no Jornal Nacional, com alguns cuidados:

- Regionalismos são proibidos
- O "s" chiado do Rio de Janeiro deve ser suavizado
- O falar cantado, como o do Nordeste do Brasil, deve ser atenuado
- Nomes geográficos são pronunciados como se falam no local. Por exemplo: fala-se "Roráima", e não "Roráima", e "no Recife", em vez de "em Recife"

Fonte: TV Globo

FONTE: Revista Veja- 01/09/2004- www.veja.com.br